Édition 2014-2015

MÉDIAS & INFORMATION ON APPREND !

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE, DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

CLEMI

CANOPÉ ÉDITIONS
AGIR

LE CLEMI ET L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

Le CLEMI (Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information) est chargé de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif. Il a pour mission d'apprendre aux élèves une pratique citoyenne des médias, avec le concours actif des professionnels des médias.

Centre du ministère de l'Éducation nationale, service du Canopé, il organise des formations destinées :

- à connaître le système des médias, déchiffrer les messages d'information et découvrir la nécessité d'une lecture critique et pluraliste de l'actualité ;
- à accompagner la parole des élèves dans le cadre scolaire, pour les former à la responsabilité et à l'exercice de la liberté d'expression.

Il existe dans chaque académie une équipe du CLEMI qui peut conseiller les enseignants et les personnels d'éducation et les accompagner dans la mise en œuvre d'activités d'éducation aux médias avec les élèves. On trouvera les adresses page 55 ou sur le site www.clemi.fr

CLEMI, 391 bis, rue de Vaugirard, 75015 Paris
Tél. : 01 53 68 71 00 – Fax : 01 42 50 16 82
www.clemi.fr

Le CLEMI remercie la GMF - Garantie Mutuelle des Fonctionnaires pour la publication de cette brochure.
www.gmf.fr

Découvrir le site du CLEMI

Notre brochure comporte des QR codes. Un QR code est un type de code-barres destiné à être lu par un téléphone mobile, un smartphone ou une webcam. Il a l'avantage de pouvoir stocker plus d'informations qu'un code-barres et surtout, des données directement reconnues par des applications, permettant par exemple de naviguer vers un site internet. Pour lire un QR code, il faut un téléphone mobile type smartphone, un accès à Internet depuis le téléphone mobile et une application permettant de lire le QR code.

- Télécharger l'application permettant de lire les QR codes à partir d'un magasin d'applications mobiles (Apple Store, Android Market, etc.).
- Lancer l'application et viser un QR code avec l'appareil photo du smartphone. Celle-ci reconnaît automatiquement le QR code et donne accès aux contenus correspondants.

Ce dossier a été coordonné par Loïc Joffredo.

Avec la collaboration de :
Évelyne Bevort, Éric Bonneau, Gérard Colavecchio, Pascal Famery, Carole Helpiquet, Carole Hourt, Loïc Joffredo, Pauline Mercury, Christophe Pacaud, et Éric Schweitzer au CLEMI.

Et les contributions de :
Catherine Becchetti-Bizot (directrice du numérique pour l'éducation au ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche), Jean-Louis Durpaire (inspecteur général de l'Éducation nationale), Frank Fauquembergue (directeur de Canopé Poitiers), Mireille Lamouroux (chargée de mission auprès de la directrice du numérique pour l'éducation au ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche) et Jean-Pierre Véran (inspecteur d'académie, formateur associé à l'Université Montpellier 2).

Conception graphique et mise en page :
Serge Nicolas/Work Division.
Couvertures : Gaëlle Huber, Canopé.

Crédits photo :
Page 4 et couverture : © Trossat/Sipa. La photographie du collège de Grand Man Difou, à Maripasoula, en Guyane, est extraite de l'exposition *Les Chemins de l'école*, à laquelle le CLEMI s'est associé.
Page 7 : © Kamruzzaman Ratan – Getty Images.
Pages 24, 26, 28, 30 et 32 : DR.

Ministère de l'Éducation nationale,
de l'Enseignement supérieur et de la Recherche
Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information
Directrice : Divina Frau-Meigs

© Canopé-CLEMI, août 2014

Ce document est imprimé par Imprimerie Chauveau, 28630 Le Coudray.

Développer les connaissances, les compétences et la culture nécessaires à l'exercice de la citoyenneté dans la société contemporaine de l'information et de la communication », c'est, aux termes de la Loi d'orientation et de programmation du 8 juillet 2013, une des missions fondamentales de l'École.

Certes, le développement de l'autonomie du jugement, de l'esprit critique et de la libre expression étaient déjà inscrits parmi les objectifs premiers de École républicaine. Mais aujourd'hui la convergence numérique rend l'information omniprésente, à portée de clic, sous toutes ses formes et sur de multiples supports. Dès lors, chercher l'information, la comprendre et la traiter, la produire soi-même, l'échanger et la publier sur les réseaux constituent un ensemble de compétences indispensables pour vivre et travailler en citoyen libre et responsable dans une société profondément reconfigurée par l'usage de l'internet et des réseaux. Il y a là un enjeu à la fois social, culturel et économique qui interroge l'ensemble du système éducatif – ses méthodes, ses contenus, son organisation – et constitue un immense défi pour une société démocratique comme la nôtre.

Les développements qui se préparent sont liés en particulier à l'arrivée de l'internet des objets, des données massives et des systèmes embarqués. Ils créent une tension entre les droits numériques des citoyens (liberté d'expression, protection de la vie et des données privées) et les intérêts économiques d'un secteur industriel en manque de régulation (surveillance, traçabilité).

Pour résoudre cette tension, l'éducation aux médias et à l'information est plus que jamais nécessaire. Je souhaite que l'École assume pleinement cette nouvelle responsabilité : mettre tout en œuvre pour que nos enfants, plutôt que des consommateurs béats, livrés aux logiques industrielles et commerciales, deviennent des individus autonomes, créatifs et solidaires. Il faut qu'ils maîtrisent les langages et les nouveaux modes d'expression et d'échange qu'implique l'usage quotidien des outils numériques. Il faut qu'ils produisent leurs propres savoirs, de façon collaborative avec leurs camarades, guidés et instruits par leurs enseignants.

Je veux poser un cadre nouveau pour l'éducation aux médias et à l'information, au niveau des pratiques pédagogiques, de la formation des enseignants, et des ressources que nous mettons à leur disposition.

La brochure *Médias et Information, on apprend !*, éditée chaque année par le CLEMI, fait partie de ces ressources offertes aux enseignants du premier comme du second degré. Elle propose une variété de thèmes, d'activités et de scénarios pédagogiques, en relation avec les programmes, pour aider les élèves à développer leur autonomie, leur capacité à s'orienter et leur pouvoir d'agir. Son succès auprès des enseignants atteste de ce qu'elle répond à une attente et à un besoin.

Le CLEMI, acteur du réseau Canopé, connaît une phase de profonde modernisation, entamée en mars dernier, avec la nomination d'une nouvelle directrice scientifique, Madame Divina Frau-Meigs, et d'un nouveau Comité d'Orientation et de Perfectionnement (COP), présidé par Monsieur Didier Mathus. Fort de cette refondation et de son expérience dans le domaine de l'éducation aux médias, le CLEMI doit pouvoir mieux encore contribuer à la réflexion menée sur l'éducation aux et par les médias, en lien avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel. À l'heure des nombreux questionnements sur le numérique et sur l'enseignement de l'informatique, le CLEMI confirmera ainsi sa force de renouveau et de proposition pédagogique face à l'émergence de nouveaux comportements, de nouvelles compétences et de nouveaux enjeux de l'e-démocratie. Voilà l'ambition que j'ai pour lui.

BENOÎT HAMON
Ministre de l'Éducation nationale,
de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

À travers le numérique, ce sont tous les médias qui sont interrogés et, de fait, la place croissante de l'information dans la société. L'éducation aux médias et à l'information est aujourd'hui l'un des leviers essentiels de la Refondation de l'école. Sa sanctuarisation par la loi signe une prise de conscience aiguë de la nécessité de développer les capacités des élèves à poser un regard critique sur tous les médias et moyens d'information, numériques comme prénumériques. Savoir interpréter et valoriser le contenu médiatique, comprendre ses ramifications culturelles, politiques, commerciales et sociales, voilà des objectifs prioritaires au service d'une ambition moderne : former les « cybercitoyens » actifs et éclairés de demain.

Le ministère de l'Éducation nationale s'appuie sur le réseau Canopé (ex-réseau SCÉRÉN [CNDP-CRDP]) pour accompagner la stratégie *« Faire entrer l'école à l'ère du numérique »*. Au-delà de son changement de nom, la transformation du réseau Canopé est marquée par la profonde rénovation de l'opérateur dans ses missions, son organisation et ses ambitions, pour mieux accompagner la Refondation de l'école. Ce changement s'inscrit dans les nouvelles orientations du ministère fixées par la loi du 8 juillet 2013, et en particulier l'accès à une éducation numérique de qualité, la création d'un service public du numérique éducatif et la modernisation de la formation des enseignants. Le renouvellement est profond : refonte complète de l'offre éditoriale de Canopé, restructuration de son offre numérique et lancement d'un grand chantier de modernisation des lieux de proximité constituant le réseau.

Le CLEMI, acteur du réseau Canopé, est l'opérateur désigné de l'éducation aux médias et à l'information. Après plus de trente ans d'existence, il traverse également une phase de profonde modernisation, avec une nouvelle direction scientifique ainsi qu'un nouveau comité d'orientation et de perfectionnement. Refonder le CLEMI à travers la transformation du réseau Canopé, c'est réaffirmer sa mission d'accompagnement pédagogique auprès de la communauté éducative, mais aussi élargir son champ d'intervention, au-delà des seuls médias d'information, pour mieux s'adapter à la fois aux évolutions technologiques et aux usages actuels en matière de production, d'édition et de consommation de l'information.

Cette nouvelle brochure *Médias et information, on apprend !*, destinée à tous les nouveaux enseignants pour les accompagner dans leurs pratiques en classe, traduit cette double ambition. Elle permet de mieux comprendre les enjeux des médias et des nouvelles modalités d'accès et de diffusion de l'information, tout en les replaçant par ailleurs à leur juste niveau : il s'agit de valeurs qui doivent être réaffirmées pour construire une citoyenneté à l'ère numérique garantissant l'épanouissement de chacun.

Cette brochure a été conçue pour vous. Elle est destinée à vous donner des outils, des ressources, des idées et des liens pour mieux vous approprier les fondamentaux de l'éducation aux médias et à l'information, avec une grande diversité d'entrées, et sur la base d'un référentiel clair. Elle vous encourage à tout type d'initiatives pédagogiques tout en vous incitant à favoriser l'expression et la créativité de vos élèves à travers leurs projets et les médias qu'ils (se) choisissent. Saisissez-vous de cette opportunité pour vous associer aux changements nécessaires pour que nos jeunes puissent « apprendre autrement ».

JEAN-MARC MERRIAUX
directeur général du réseau Canopé

DIVINA FRAU-MEIGS
directrice du CLEMI

SOMMAIRE

03 Éditorial
05 Sommaire
06 L'éducation aux médias, un savoir renouvelé
08 Les médias et moi
10 Les jeunes et les médias

12 L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION À L'ÉCOLE PRIMAIRE

14 Bain de presse
15 Écrire pour informer
16 La une et la page d'accueil, « images » du journal
17 Internet : une info, des infos
18 Des images dans les médias
19 Filles et garçons dans les médias
20 Écoute, écoute…
21 Télé, mode d'emploi
22 Une page de pub

23 Un parcours M@gistère pour l'éducation aux médias et à l'information
24 Créer, publier : Jeunes rédactions
26 Créer, publier : Enquêtes d'images
28 Créer, publier : L'info près de chez soi
30 Créer, publier : La webradio, paroles d'élèves
32 Créer, publier : Des réseaux pour s'exprimer

34 L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION AU COLLÈGE ET AU LYCÉE

36 Médias, bi-médias, multimédias
37 Infos d'ailleurs
38 Aux sources de l'info
39 Sciences et médias
40 Les débats sont ouverts
41 L'information télévisée, d'un écran à l'autre
42 Donner à voir l'info
43 De la pub dans les médias
44 Veille d'actualité
45 Moi sur la Toile

46 Textes, images et sons pour la classe : des droits et des devoirs
47 Le chef d'établissement et l'éducation aux médias et à l'information
48 Les professeurs-documentalistes et l'éducation aux médias et à l'information
49 Médias, vie scolaire : une question majeure de politique éducative
50 Propositions pour un référentiel de compétences en éducation aux médias
53 Des ressources pour l'éducation aux médias et à l'information
54 Participer à des opérations d'éducation aux médias
55 Les équipes académiques du CLEMI

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS, UN SAVOIR RENOUVELÉ

L'éducation aux médias et à l'information (EMI) est désormais inscrite dans la loi d'orientation et de programmation. Elle constitue un des axes prioritaires de la refondation de l'École et s'inscrit dans la nouvelle « stratégie numérique » mise en place par le ministre de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.

Le système scolaire, bien sûr, ne part pas de rien. Après la presse à l'École introduite par René Haby dans les années 1970, le « Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information », créé par Alain Savary en 1982, a assumé la mission d'apprendre aux élèves une pratique citoyenne des médias ; ce qui signifie, à la fois, une lecture critique et distanciée des contenus, et une initiation aux langages, aux formes et à la rhétorique médiatiques pour que les élèves possèdent les moyens d'exprimer librement leur opinion et de produire eux-mêmes de l'information. Mais cet enseignement est resté en quelque sorte « aux frontières » de l'École : il a eu du mal à toucher le cœur du système éducatif. Cela n'a pas empêché que de nombreuses initiatives innovantes se développent sur le terrain, souvent impulsées par des coordonnateurs académiques du CLEMI, mais pas exclusivement. L'éducation aux médias s'est donc faite de manière inégale sur le territoire, presque militante, sans véritablement pénétrer les enseignements et, surtout, sans qu'une stratégie globale soit visiblement mise en place par les ministères successifs.

Plus récemment, le Socle commun de connaissances a pris en compte cette dimension : d'un côté, par une intégration de compétences relevant de l'éducation à la citoyenneté dans l'ensemble des disciplines, et de l'autre, par l'affirmation de l'importance du savoir s'informer et se documenter comme élément particulier de la compétence 4 validée par le Brevet informatique et internet. Un nouveau Socle commun doit bientôt être proposé par le Conseil supérieur des programmes qui doit faire plus de place à la compréhension des médias numériques, à l'intégration des problématiques du numérique dans les différentes disciplines enseignées, et à l'enseignement de l'informatique tout au long de la scolarité obligatoire. Il sera sans doute nécessaire de rénover en profondeur le B2i pour tenir compte de ces nouvelles perspectives.

Aujourd'hui, le déploiement des supports numériques comme moyens généralisés d'accès au savoir et surtout comme instruments d'écriture et de lecture définit l'horizon d'un changement technico-culturel profond qui nous oblige à repenser globalement la notion d'éducation aux médias et qui pose des questions essentielles aux pédagogues face à l'« inflation informationnelle », à l'explosion et à la diversification des pratiques et des usages du numérique.

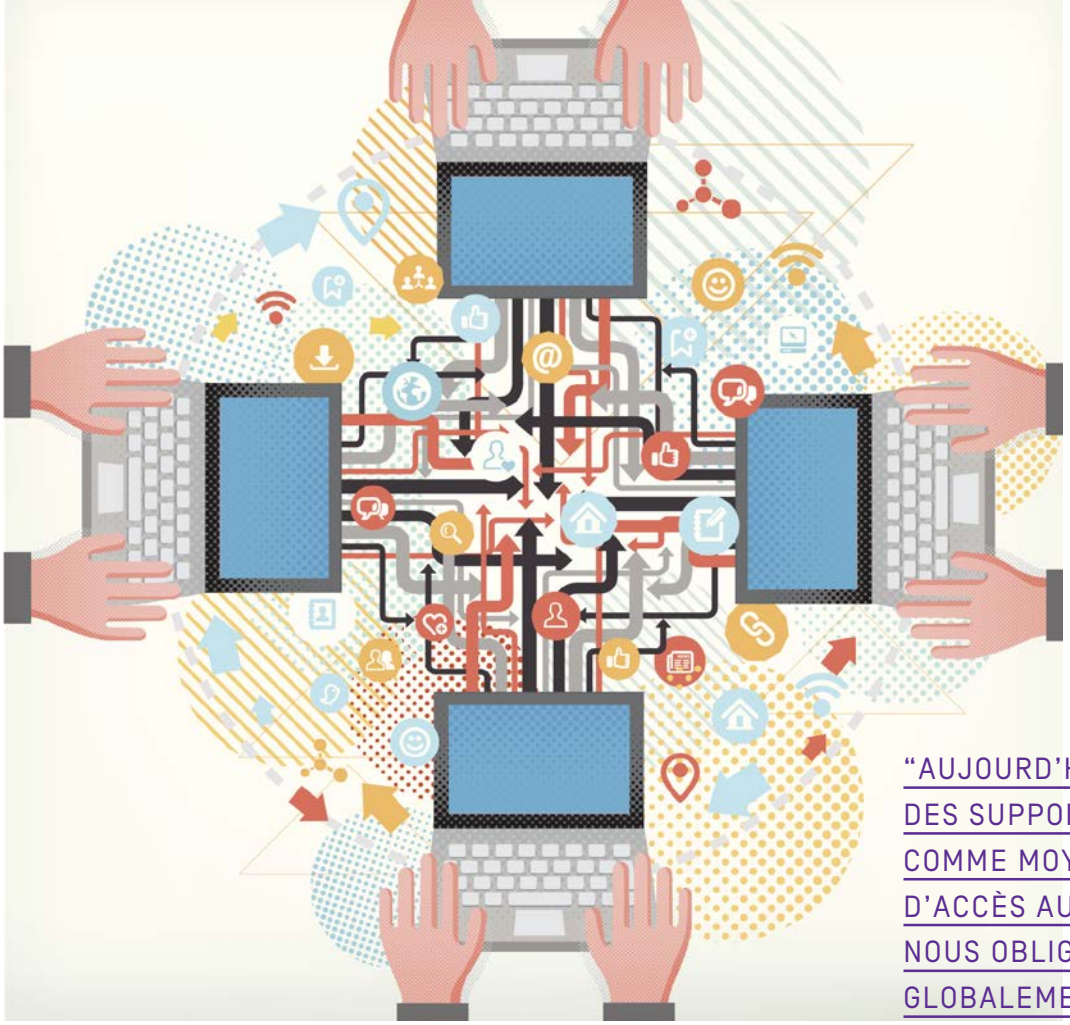
Car l'introduction des médias numériques à l'École n'est pas simplement, comme on le dit trop souvent, « une question d'outils ». Ces technologies instrumentent largement nos pratiques d'écriture comme elles conditionnent nos modes de lecture, de réception, de transmission du savoir. À ce titre, elles constituent des « technologies de l'intellect » (Goody), des « supports techniques de l'esprit et de la culture », dont les acteurs de l'éducation ne peuvent ignorer les enjeux et les conséquences du point de vue des contenus des enseignements, des nouvelles compétences à développer chez les élèves et des pratiques pédagogiques à mettre en œuvre.

Les jeunes se trouvent, aujourd'hui, plongés dans un environnement numérique complexe, fragmenté, qui détermine leurs pratiques de communication, de production, de réception et de diffusion des contenus, sans qu'ils aient toujours conscience des enjeux et des contraintes qui sont à l'œuvre dans l'usage des nouveaux outils.
Ces profondes transformations qui affectent notre environnement éducatif pourraient constituer une réelle menace pour l'École, si elle ne parvenait pas à assumer les nouvelles responsabilités qui lui incombent, c'est-à-dire à mettre en œuvre les compétences et les connaissances nécessaires à la compréhension et à l'appropriation par les élèves de ces nouveaux instruments.

L'enjeu est de taille : il ne suffit pas de leur faire acquérir des capacités techniques (qu'ils possèdent déjà la plupart du temps) ; il faut aussi développer chez eux l'intelligence de ces outils : leur faire comprendre de quelle manière ils influencent leurs comportements et leur vision du monde ; porter à leur connaissance les règles qui en régissent l'usage et les codes qui leur permettent de se les approprier librement ; leur faire aussi prendre conscience des limites imposées à leur liberté et des contraintes inhérentes à ces supports – la manière dont ils organisent les formes d'expression et délimitent leurs espaces d'initiative, imposent des cadres dont l'origine reste masquée sous les interfaces et où peuvent s'exercer toutes sortes de pouvoirs… Ceci pour faire en sorte que les médias ne soient pas des instruments d'aliénation des esprits – susceptibles d'être manipulés par les constructeurs et promoteurs d'usages –, mais contribuent véritablement à l'enrichissement et à la formation des jeunes, au développement de leur autonomie et de leur responsabilité.

L'institution scolaire a progressivement pris conscience de ces enjeux, et elle vient de franchir une étape importante. Un cadre de référence va être élaboré pour les enseignants : il définira les objectifs généraux de l'éducation aux médias et à l'information et leur déclinaison concrète sous la forme de séquences pédagogiques proposées aux professeurs des différentes disciplines. Le Conseil supérieur des programmes a été missionné par le Ministre pour proposer les modalités d'intégration de l'EMI dans les programmes et le Socle commun.

Certes, la question dépasse largement l'École et doit être traitée plus globalement au niveau des politiques nationales (et internationales), en impliquant tous les acteurs concernés, publics et privés (ministère de la Culture, professionnels des médias, parents, partenaires associatifs, etc.), mais c'est bien l'institution scolaire, en tout premier lieu, qui est dispensatrice des compétences et des valeurs qui fondent notre enseignement républicain – le développement de l'esprit critique, le souci de l'intelligence, la mise en place des conditions matérielles et intellectuelles de la libre expression, du droit à l'information et de l'indépendance de la pensée… Si le professeur n'est plus la seule source du savoir, c'est toujours lui qui doit apprendre aux élèves à structurer l'ensemble prolifférant d'informations qui assaillent les esprits sur les réseaux, et leur faire comprendre que la connaissance ne peut pas être « *une marchandise*



"AUJOURD'HUI, LE DÉPLOIEMENT DES SUPPORTS NUMÉRIQUES COMME MOYENS GÉNÉRALISÉS D'ACCÈS AU SAVOIR (...) NOUS OBLIGE À REPENSER GLOBALEMENT LA NOTION D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS"

ordinaire livrée à la logique industrielle et commerciale » (Stiegler), mais qu'elle doit se construire et se structurer dans un usage bien compris et maîtrisé des supports de transmission du savoir.
Le CLEMI a un rôle essentiel à jouer pour permettre ces évolutions, en élargissant son champ d'action aux problématiques de l'Internet et des réseaux sociaux. Cette brochure *Médias et information, on apprend !* est l'illustration du travail accompli pour faire en sorte de répondre plus efficacement aux nouveaux défis et aux ambitions développées dans le cadre de la stratégie numérique du ministère.

Plus largement, c'est l'ensemble du système éducatif qui doit changer de paradigme. Comme le dit Michel Serres, une nouvelle technologie d'écriture engendre une nouvelle Paideia, c'est-à-dire une façon d'enseigner et d'apprendre, en redistribuant les rôles de tous les acteurs de l'éducation.

Concrètement, qu'est-ce que cela signifie pour les élèves ?
On peut au moins retenir trois axes :

— Ils doivent d'abord apprendre à gérer et à traiter le flux permanent d'informations dans lequel il est nécessaire de les guider : développer des stratégies de recherche ; évaluer la pertinence de l'information ; sélectionner les informations ; les traiter, les organiser et les mettre en relation pour construire eux-mêmes des hypothèses et les transformer en connaissances.

— Ils doivent apprendre à produire eux-mêmes de l'information, c'est-à-dire à créer, échanger, participer, « designer », collaborer à la construction des savoirs, en utilisant les outils technologiques mis à leur disposition. Et ils doivent le faire de manière responsable et consciente : produire du contenu d'information est un moyen très efficace pour comprendre les processus de création médiatique et pour en percevoir les enjeux citoyens et les dérives possibles.

— Enfin, ils doivent comprendre les médias numériques dans leur fonctionnement global, pour acquérir la distance critique suffisante, ce qui veut dire comprendre : l'économie des médias, leur organisation, leur système, leurs stratégies ; les processus par lesquels se structure l'information, les langages et les codes qui la sous-tendent, les algorithmes qui la traitent… Bref, avoir les moyens de s'approprier ces langages, de les manipuler pour en faire progressivement les instruments de leur expression et de leur pensée.

Reste une question essentielle, celle de savoir selon quelles modalités peuvent se faire ces apprentissages ?
Il convient sans doute d'abord de les intégrer à l'enseignement de chaque discipline. L'éducation aux médias n'est pas un enseignement qui vient s'ajouter à l'existant, mais bien une manière de revivifier l'approche pédagogique de chacune des disciplines. Il s'agit notamment de rendre les élèves plus actifs, et de faire évoluer l'organisation des séquences d'enseignement – en dégageant, par exemple, des temps dédiés pour des projets pluridisciplinaires et pour des activités numériques destinées à favoriser l'autonomie de l'élève.
Enfin, il s'agit d'encourager les pratiques collaboratives et participatives, tant celles des élèves que celles des enseignants, ainsi que la prise de responsabilité, pour apprendre à s'informer, publier, échanger sur la Toile et les réseaux sociaux.
Une approche humaniste et non techniciste des médias numériques est donc possible : elle nécessite que nous gardions au premier plan la formation de l'individu, et que nous repensions la pédagogie dans le sens du développement de l'enfant et du citoyen. •

CATHERINE BECCHETTI-BIZOT
Inspecteur général de l'Éducation nationale
Directrice du numérique au ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

LES MÉDIAS ET MOI

Chacun d'entre nous entretient une relation singulière avec les médias. Il en va ainsi depuis qu'ils existent et aucune mutation technologique ne peut bousculer ce postulat, bien au contraire. L'éducation aux médias, pour être pleinement efficace, se doit d'en tenir compte afin de faciliter l'appropriation des démarches proposées.

Pour envisager un travail en éducation aux médias, il faut commencer par prendre conscience ou faire prendre conscience de la relation que chacun entretient avec les médias. Tout individu compose, au fil du temps, sa propre mosaïque médiatique qui correspond à son âge, ses goûts, sa localisation, son revenu, qu'il fréquente selon des rites qui lui sont propres et qu'il fait évoluer à son rythme. Tout ceci sans en avoir forcément conscience. Dans le même temps, les messages et les formes médiatiques contribuent à réinventer des parts de notre identité, de notre culture et de nos interventions dans ce champ. Un jeu subtil s'opère ainsi entre les médias et nous à l'issue duquel on ne peut dire qui décide vraiment de l'autre.
En classe, il faut donc tenir compte du fait que, selon l'âge des élèves, la notion même de médias et, plus encore, l'idée de leur relation avec eux sont assez confuses. En éclairant cette notion de médias, on leur permet aussi de saisir leur omniprésence dans la vie quotidienne. Cette relation peut être approchée à partir des modes d'usages et d'appropriation privilégiés par chacun.

QUE SONT LES MÉDIAS POUR MOI ?

Il convient d'abord de repérer les médias comme tels dans notre environnement. Où sont-ils ? Où les fréquente-t-on ? Dans la rue, dans l'école, sur soi, à la maison ? Que fait-on du matin au soir avec les médias ? Combien de temps passe-t-on avec chacun d'entre eux ? Dans quel contexte : avec des amis, en famille, tout seul ? Quelle importance attache-t-on à cette relation ? Pourrait-on s'en passer ?
Autant de questions qui permettent de dessiner une toile en fonction de nos préférences et de nos habitudes. Les réponses révèlent des comportements et des choix qui dépassent nos simples pratiques culturelles et mettent en évidence nos filtres de lecture du monde.

QUE ME DISENT LES MÉDIAS SUR MOI ?

La pratique régulière des médias, qu'elle soit consciente ou non, influence notre perception de quantités d'éléments de nature diverse. Ils déterminent notre propre identité et nos représentations en intégrant, au jour le jour et dès la prime enfance, des éléments de perception du monde plus ou moins proche, à travers des images, des sons, des récits que nous recevons ou que nous diffusons. Ces perceptions s'enrichissent, se transforment, s'intègrent grâce à l'apport d'autres sources, mais leur empreinte affleure dans différents domaines. Ainsi, nos connaissances se remettent-elles à jour au fil du temps, et notre emprise sur le monde extérieur prend-elle de l'ampleur par le biais de nos interventions médiatiques.

Bien entendu, on sait depuis longtemps que cette empreinte, évoquée plus haut, sera plus ou moins profonde ou précise selon la personnalité, le contexte socioculturel ou éducatif des individus concernés. Mais aussi en fonction de notre maîtrise de ces interventions. La conscience que nous en avons aide à lutter contre certains stéréotypes et à résister aux images toutes faites et aux idées formatées.

Aujourd'hui, nous sommes tous les acteurs de notre image via les médias numériques. D'abord, comme élément d'une catégorie très simplificatrice comme les jeunes, les femmes, les vieux, et aussi en tant qu'individu, à travers les traces laissées, par exemple, sur les réseaux sociaux et l'ensemble de données personnelles qui s'y regroupent.

Les pratiques du Web accommodent des « moi » divers : moi commercial, moi affectif, moi professionnel… Certains essaiment des fragments d'eux-mêmes, via Instagram, Facebook ou un autre réseau, à raison de trois ou quatre messages chaque jour. C'est là une recomposition du moi qui témoigne finalement de peu de singularité et nécessiterait une réelle touche de créativité pour être représentée de façon unique.

Mais ces « moi » sont souvent exploités à des fins diverses, trop souvent à notre insu. L'éducation aux médias se fixe alors pour objectif de permettre à cha-

cun de reprendre le contrôle de son activité médiatique et de son image en maîtrisant son exposition.

MA PAROLE DANS LES MÉDIAS ?

Diffuseurs ou producteurs, nous hésitons moins à prendre la parole dans les médias. La qualité des messages dépend forcément de notre implication et de nos objectifs. Un grand nombre de textes ou de photos apparaissent comme de simples manifestations de présence ou de suivi de la communication. D'autres propos plus personnels sont, eux, tenus dans des blogs ou des journaux (imprimés ou en ligne) avec une réelle dimension créative, participative ou démocratique. Ainsi, les médias scolaires s'assignent-ils souvent un objectif de partage de l'actualité des élèves et de leurs points de vue sur certaines questions, un objectif de prise de parole – ou de préparation à cette prise de parole – dans le débat public. On se situe alors sur le terrain d'une préoccupation citoyenne où la réflexion sur la portée des propos ou des images diffusés, leur véridicité, la responsabilité de l'auteur constituent un guide pour l'action et pour l'expression.

Il semble aujourd'hui fondamental que ces questions soient intégrées dans nos pratiques au quotidien. Les médias sont désormais la charnière de nos articulations aux autres, au savoir, et sans doute à nous-mêmes. Ils exigent que l'on s'en préoccupe sérieusement. •

LES DOUZE PRINCIPES DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

01 L'éducation aux médias concerne l'ensemble des médias.

02 L'éducation aux médias s'appuie sur les usages et les modes d'appropriation de ces médias par les publics auxquels elle s'adresse.

03 L'éducation aux médias prend en compte conjointement la réception de ces médias, l'analyse de leurs messages et leur production.

04 L'éducation aux médias est une éducation à la citoyenneté qui exige le respect de la liberté d'expression et du pluralisme des opinions.

05 L'éducation aux médias vise à permettre à chacun d'être maître de ses choix et de ses pratiques médiatiques en toute responsabilité.

06 L'éducation aux médias est une éducation en évolution permanente. Elle requiert une veille adaptée et continue.

07 L'éducation aux médias s'appuie sur l'idée que tout message médiatique est construit.

08 L'éducation aux médias prend en compte le fait que chaque usager des médias élabore son propre sens en fonction de son environnement et de son expérience personnelle.

09 L'éducation aux médias doit s'envisager comme un domaine transversal.

10 L'éducation aux médias se développe en mettant en place des pédagogies actives de co-construction et de co-élaboration.

11 L'éducation aux médias concerne un ensemble d'opérateurs de l'éducation formelle, non formelle et informelle.

12 L'éducation aux médias nécessite des partenariats dynamiques, en particulier avec les institutions médiatiques et les professionnels qui y travaillent.

LES JEUNES ET LES MÉDIAS

Quelles sont les relations des jeunes aux médias aujourd'hui ? Quelques enquêtes récentes nous permettent d'en cerner les contours et de se défaire de quelques idées reçues…

DES JEUNES MARQUÉS PAR L'OMNIPRÉSENCE D'INTERNET…

Quand 82 % des Français de 12 ans et plus sont internautes, la proportion atteint 100 % pour les 12-17 ans [1]. Comme pour l'ensemble des catégories d'âge, les usages des jeunes sont majoritairement tournés vers la communication (envoi de messages, réseaux sociaux, blogs…) [2]. Ils privilégient toujours les services les plus récents, ce qui explique la perte d'intérêt pour les « vieux » SMS (12,5 % de SMS en moins entre 2012 et 2013 !) au profit des messageries « éphémères » (WhatsApp, Snapchat…) [1].

Certains usages leur sont spécifiques. Ainsi, en juin 2013, 90 % des 12-17 ans ont téléchargé de la musique ou en ont écouté en streaming sur Internet ; 66 % d'entre eux ont regardé en streaming des films ou des séries ; 55 % ont joué à des jeux en réseau ; enfin, 48 % ont téléphoné de leur domicile par Internet, via Skype, MSN Messenger, Google Talk… [1]Les enfants de 1 à 6 ans deviennent de plus en plus adeptes de la Toile : ils y passent désormais 3 h 10 par semaine [3].

L'utilisation d'Internet dépasse de plus en plus le seul aspect ludique du Web. Ainsi, 56 % des enfants de 9 à 16 ans ont déclaré en novembre 2012 utiliser Internet pour leurs devoirs ou travaux scolaires, contre seulement 38 % en août 2011. Cette utilisation d'Internet est aujourd'hui en troisième position, après la consultation de vidéos en ligne (69 %) et les recherches pour l'école et/ou pour s'amuser (68 %), mais devant les jeux en ligne (50 %) et l'utilisation des réseaux sociaux (48 %) [5].

Pendant leur journée, les adolescents pratiquent ces loisirs numériques plutôt l'après-midi. Les 13-24 ans consacrent plus des deux tiers de leurs contacts médias et multimédias lors de la période 14 h-18 h, en progression de plus de 20 % par rapport à 2008 [6].

FILLES / GARÇONS

Une enquête réalisée en 2013 auprès d'adolescents de la région toulousaine montre que, si les filles ont une pratique des jeux vidéo identique à celle des garçons, 2,5 % d'entre elles seulement en font leur loisir préféré, contre 21 % des garçons. Moins contrôlées par leurs parents, les filles y jouent moins en quantité que les garçons (12 % y consacrent plus de 5 heures en semaine, contre 28 % des garçons), délaissent les jeux violents (11 % des filles s'y adonnent, contre 56 % des garçons), et préfèrent les applications Facebook (19 %, contre 7,5 % des garçons) et les jeux sur téléphone portable (21 %, contre 9 % des garçons) [9].

… ET ADEPTES DU NOMADISME ET DES RÉSEAUX SOCIAUX

Les jeunes sont des utilisateurs actifs de la connexion nomade. 56 % des 12-17 ans se sont connectés à Internet sur un téléphone mobile en juin 2013, contre 37 % de l'ensemble de la population. 98 % de ces adolescents envoient des SMS, 62 % naviguent sur le Web et 57 % téléchargent des applications [1].

Ils participent massivement à des réseaux sociaux. Constatons que si Facebook demeure majoritaire (79 % des 13-19 ans y sont inscrits en 2013), le réseau accuse un fléchissement (ils étaient 82 % en 2012), tandis que Twitter est en nette progression (22 % en 2013 contre 8 % en 2012) [3]. En dépit d'une limitation de l'âge requis sur ces réseaux, les 7-12 ans, en 2012, étaient 21 % à posséder un compte sur Facebook. Même les tout-petits sont concernés : 2 % des parents d'enfants âgés de 1 à 6 ans ont créé à leur nom un profil sur un réseau social ! [4]

Que font les adolescents sur les réseaux sociaux et Internet ? Parmi les nombreuses utilisations des réseaux sociaux, les 12-17 ans avancent les suivantes, très conformes aux usages généraux : entretenir des liens avec les proches pour 93 % d'entre eux (92 % pour l'ensemble de la population), partager des photos ou des vidéos pour 79 % (contre 74 %), s'informer sur l'actualité pour 56 % (contre 54 %). Seuls le divertissement (86 % des 12-17 ans, contre 77 % pour l'ensemble de la population) et les « nouvelles rencontres » (33 % contre 24 %) tendent à marquer une spécificité de la pratique des réseaux sociaux par les adolescents… [1]

Entre autres activités sur Internet et les médias sociaux, les jeunes publient des photos de leurs amis (pour 77 % des 13-17 ans, contre 40 % des internautes) et d'eux-mêmes (56 %, contre 35 %). « *Très préoccupés par leur image sur Internet* (69 % l'affirment), *ils essaient de contrôler l'accès à leurs photos mais ne connaissent pas encore toutes les possibilités.* » [7]

LES JEUNES, D'UN ÉCRAN À L'AUTRE

« *Les enfants passent trop de temps devant leurs écrans* », entend-on souvent. Ceux des jeux vidéo bien sûr (2 h 40 par semaine pour les 1-6 ans, 4 h 50 pour les 7-12 ans). Mais, aussi et toujours, celui de la télévision. Les 1-6 ans la regardent 7 h 20 par semaine. Les 7-12 ans sont plus assidus encore (9 h 50) [3]. Ils apprécient surtout les dessins animés (90 %), les films (61 %) et les séries (57 %…) [4].

En juin 2012, les 12-17 ans, « téléspectateurs » durant 13 heures par semaine (soit 43 % du temps passé devant un écran), ont davantage été des « internautes » (15 heures). Voilà qui les différencie du Français moyen qui, lui, a passé, dans le même temps, 36 heures face à un écran, mais avec une prépondérance pour la télévision (près de 20 heures) [2]. Les adolescents s'éloigneraient donc du téléviseur familial, au profit d'une fréquentation de la télévision sur Internet : 45 % des 12-17 ans s'y reportent, contre 22 % de la moyenne nationale [1]. Mais, là encore, des pratiques plus traditionnelles perdurent puisque leur fin de journée (l'access prime time de 18 h à 20 h) est consacrée à la télévision, moment où la famille se retrouve et où les jeunes pratiquent moins les autres médias. La tendance se confirme pendant le prime time de 20 h 30 à 22 h 30, mais s'y esquisse un nouveau rapport à la télévision : pendant qu'ils la regardent, 47 % des 13-19 ans et 24 % des 7-12 ans surfent sur Internet [3]. Adeptes du « multitasking », les jeunes apparaissent ici comme les promoteurs d'une « télévision sociale » : 76 % des 15-17 ans déclarent s'exprimer sur Internet à propos de programmes télévisés, contre 59 % des 18-24 ans [8].

LES JEUNES S'INFORMENT SUR INTERNET, MAIS PAS QUE…

Les adolescents de 12-17 ans disent à 49 % suivre l'actualité par le truchement d'Internet (les 18-24 ans sont 72 %). Si 53 % désignent la télévision comme un média permettant de mieux suivre l'actualité, ils sont 31 % à choisir Internet (contre 16 % pour l'ensemble de la population). De la même manière, ils avancent à 52 % la télévision comme le média permettant de mieux comprendre l'actualité, même si une règle semble s'imposer : plus on est jeune et plus on cite souvent Internet (28 % des 12-17 ans) [2].
Est-ce à dire que la presse écrite est ignorée des jeunes ? Celle-ci n'est, en effet, citée comme média permettant de mieux comprendre l'actualité que par 9 % des 12-17 ans [2]. Or, la réalité est plus complexe. Si la lecture de la presse quotidienne payante décroît inexorablement (6 % seulement des 15-19 ans la lisaient quotidiennement en 2008, et 49 % jamais) [10], 80 % des jeunes de 7 à 12 ans déclarent lire au moins un titre de la presse jeunesse [3]. Cette même tranche d'âge consacre 4 h 10 en moyenne par semaine à la lecture de la presse, essentiellement des magazines jeunesse, soit cinquante minutes de plus que les 13-19 ans [4]. Beaucoup d'adolescents, dans les grandes villes, ont un contact régulier avec les journaux gratuits distribués dans les lieux publics. La désaffection n'est donc pas totale. 51 % des 14-23 ans déclarent préférer lire des magazines sur papier, contre 9 % sur smartphone [11]. ●

FILLES/GARÇONS

En Europe, 61 % des hommes de 16 à 24 ans téléchargent des journaux et des magazines d'informations en ligne, contre 57 % des femmes de 16 à 24 ans. En France, l'écart est plus grand : respectivement 47 et 40 %. Enfin, 60 % des jeunes Européens de 16-24 ans pratiquent la radio et/ou la télévision sur Internet, contre 57 % des femmes de 16-24 ans. Les Français de la même tranche d'âge sont respectivement 60 et 56 % [12].

RÉFÉRENCES

[1] *La Diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*, CREDOC, 2013.
[2] idem, CREDOC, 2012.
[3] *Print, tablettes, autres écrans*, étude Junior Connect d'Ipsos, mars 2014.
[4] Dossier *Objectif jeune* à partir de l'étude Junior Connect d'Ipsos, Les Clés de la presse, mars-avril 2013.
[5] *Les Pratiques des 9-16 ans sur Internet. Regards croisés entre parents et enfants !*, Institut Viavoice, décembre 2012.
[6] *Media in Life 2012*, Médiamétrie, mars 2013.
[7] *La Place des photos dans la vie numérique*, TNS Sofres-CNIL, décembre 2012.
[8] *Télé Lol ou augmentée : que nous réserve la social TV ?* Observatoire Orange-Terrafemina, Vague 18-Institut CSA, juillet 2013.
[9] *Moi et les jeux vidéo*, dossier de l'enquête du Comité d'éducation au et par le média, 2013.
[10] Chiffres clés 2013, Ministère de la Culture (DEPS).
[11] Observatoire international des usages et interactions des médias, Deloitte, 2013.
[12] *Les Ménages et les Tic en France et en Europe* (2012), DEPS-Ministère de la Culture, juin 2013.

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION À L'ÉCOLE PRIMAIRE

1 EXEMPLES D'ACTIVITÉS ET D'OBJECTIFS

	OBJECTIFS PAR CYCLE		
Thèmes des activités	CYCLE 1	CYCLE 2	CYCLE 3
Bain de presse	Manipuler l'objet journal et en reconnaître quelques écrits	Rentrer dans la lecture d'écrits de presse	Comprendre l'organisation d'un journal
Écrire pour informer	S'exprimer à partir d'une image d'information	Apprendre à rédiger un texte pour informer	Décliner une même information sur différents supports
La Une et la page d'accueil, « images » du journal	Observer des Unes et pages d'accueil de sites d'information et mettre en évidence leurs invariants	Reconstituer, puis réaliser une Une	Dégager des règles dans la communication d'une Une et d'une page d'accueil
Internet : une info, des infos	Découvrir un support	Conduire les élèves vers une pratique de recherche sur Internet Être sensibilisé aux risques liés à l'usage de l'Internet.	Familiariser les élèves à une pratique raisonnée de recherche sur Internet
Des images dans les médias	Commencer à sérier différents types d'images	Conduire les élèves à prendre conscience qu'une image est une représentation, une reconstruction de la réalité.	Mettre en évidence le caractère polysémique d'une image. Découvrir la relation texte/image
Garçons et filles dans les médias	Remarquer les différences entre des sites destinés aux filles et aux garçons	Observer la mise en œuvre de la diversité dans la publicité	S'interroger sur la place des femmes et des hommes dans le sport et l'information médiatisés
Écoute, écoute	Savoir identifier différents types d'éléments sonores	Apprendre à écouter en apprenant à s'écouter	Observer puis réaliser un journal parlé
Télé, mode d'emploi	Commencer à sérier différents types d'images	Amener les élèves à prendre conscience de leur activité de téléspectateur	Repérer la spécificité de l'information à la télévision
Une page de pub	Permettre aux élèves de repérer la présence et les indices de la publicité	Initier à la lecture des messages publicitaires	Questionner le fonctionnement d'un message publicitaire

DÉCOUVRIR L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS
DANS LES PROGRAMMES DE L'ÉCOLE PRIMAIRE

Les exemples d'activités qui vous sont présentés pour l'école maternelle et l'école élémentaire relèvent d'objectifs et de compétences variés en EMI (tableau 1) et s'inscrivent dans les apprentissages fondamentaux (tableau 2). Les fiches qui suivent s'appuient sur l'ensemble des supports médiatiques. Elles proposent des pistes d'activités adaptées aux trois cycles de l'école, favorisant des domaines de compétences tels que définis dans le Socle jusqu'en septembre 2015 : la maîtrise de la langue française, les principaux éléments de mathématiques, la maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication, la culture humaniste, les compétences sociales et civiques, l'autonomie et l'initiative.

2 EXEMPLES D'ACTIVITÉS ET DOMAINES DE COMPÉTENCES

	DOMAINES DE COMPÉTENCES PAR CYCLE		
Thèmes des activités	**CYCLE 1**	**CYCLE 2**	**CYCLE 3**
Bain de presse	• **S'approprier le langage :** prendre l'initiative de poser des questions, d'exprimer son point de vue • **Découvrir l'écrit :** identifier les principales fonctions de l'écrit • **Découvrir le monde :** reconnaître, nommer…	• **Maîtrise de la langue :** dégager le thème d'un texte court ; décrire des images : illustrations, photographies… • **Découverte du monde :** repérage de l'espace et du temps	• **Maîtrise de la langue :** rédiger un texte d'une quinzaine de lignes (récit, description, dialogue…) • **Maîtrise des Tice :** savoir utiliser l'outil informatique pour présenter un travail, s'informer, se documenter
Écrire pour informer		• **Maîtrise de la langue :** production de textes • **Maîtrise des Tice :** commencer à s'approprier un environnement numérique	• **Maîtrise de la langue :** rédiger des textes courts de différents types (récits, descriptions, portraits)… • **Maîtrise des Tice :** faire preuve d'esprit critique face à l'information et à son traitement
La Une et la page d'accueil, « images » du journal	• **S'approprier le langage :** identifier les principales fonctions de l'écrit	• **Maîtrise de la langue :** « rédiger de manière autonome un texte court. »	• **Maîtrise de la langue française : comprendre un texte spécifique, puis savoir l'écrire**
Internet : une info, des infos	• **Découvrir l'écrit :** identifier les principales fonctions de l'écrit en comparant les supports… (affiches, livres, journaux, revues, écrans…)	• **Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication :** commencer à s'approprier un environnement numérique	• **Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication :** *« utiliser un traitement de texte, écrire un document numérique, effectuer une recherche en ligne, identifier et trier des informations. »*
Des images dans les médias	• **Percevoir, sentir, imaginer, créer :** adapter son geste aux contraintes matérielles (instruments, supports, matériels)	• **Pratiques artistiques :** s'appuyer sur des techniques contemporaines (photographie numérique, cinéma, vidéo, infographie…)	• **Maîtrise de la langue :** rédiger un texte d'une quinzaine de lignes • **La culture humaniste :** lire et utiliser cartes, croquis, graphiques, iconographie
Garçons et filles dans les médias	• **Vivre en société :** *« La vie en société se fonde sur : le respect de soi ; le respect des autres (civilité, tolérance, refus des préjugés et des stéréotypes) ; le respect de l'autre sexe. »*		• **Compétences sociales et civiques :** appliquer les principes de l'égalité des filles et des garçons
Écoute, écoute	• **Percevoir, sentir, imaginer, créer :** *« Les activités visuelles et tactiles, auditives et vocales accroissent les possibilités sensorielles de l'enfant… »*	• **Maîtrise de la langue française :** s'exprimer clairement à l'oral en utilisant un vocabulaire approprié • **Autonomie et initiative :** échanger, questionner, justifier un point de vue	• **Maîtrise de la langue :** s'exprimer clairement à l'oral comme à l'écrit en utilisant un vocabulaire approprié
Télé, mode d'emploi	• **Découvrir le monde :** comprendre et utiliser à bon escient le vocabulaire du repérage et des relations dans le temps et dans l'espace	• **Maîtrise de la langue française :** s'exprimer clairement à l'oral • **Autonomie et initiative :** échanger, questionner, justifier un point de vue ; se représenter son environnement proche, s'y repérer, s'y déplacer de façon adaptée	• **Maîtrise de la langue française :** s'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis en respectant le niveau de langue adapté • **Les compétences sociales et civiques :** prendre part à un dialogue
Une page de pub	• **S'approprier le langage :** comprendre un message et agir de façon pertinente ; prendre l'initiative de poser des questions ou d'exprimer son point de vue • **Découvrir l'écrit :** *« Les enfants découvrent les usages sociaux de l'écrit en comparant les supports… (affiches, livres, journaux, revues, écrans…) »*	• **Maîtrise de la langue :** s'exprimer clairement à l'oral en utilisant un vocabulaire approprié ; écrire de manière autonome un texte de 5 à 10 lignes	• **Maîtrise de la langue française :** s'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis ; rédiger un texte d'une quinzaine de lignes • **La culture humaniste :** pratiquer le dessin et diverses formes d'expressions visuelles et plastiques…

BAIN DE PRESSE

Le feuilletage de différents titres de presse est une activité première qui permet de s'intéresser à des modes d'informations particuliers qui parlent de la vie de tous les jours selon des points de vue différents. Le feuilletage apporte un premier éclairage sur le rôle de la presse écrite et ses particularités.

DANS LES PROGRAMMES

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE JUSQU'EN SEPTEMBRE 2015

CYCLE 1

S'approprier le langage [1]
- comprendre un message et agir ou répondre de façon pertinente ;
- prendre l'initiative de poser des questions ou d'exprimer son point de vue… (p. 13).

Découvrir l'écrit [1]
« Les enfants découvrent les usages sociaux de l'écrit en comparant les supports… (affiches, livres, journaux, revues, écrans…) » (p. 13).

Découvrir le monde [1]
- reconnaître, nommer, décrire, comparer, ranger, classer des matières, des objets selon leurs qualités et leurs usages ;
- utiliser des repères dans la journée, la semaine et l'année (p. 17).

CYCLE 2

Compétence 1 : Maîtrise de la langue [1]
- dégager le thème d'un paragraphe ou d'un texte court (p. 20) ;
- décrire des images : illustrations, photographies… (p. 31).

Découverte du monde [1]
Repérage de l'espace et du temps : l'alternance jour-nuit, les semaines, les mois, les saisons (p. 18).

CYCLE 3

Compétence 1 : Maîtrise de la langue française [1]
- comprendre des mots nouveaux et les utiliser à bon escient ;
- dégager le thème d'un texte ;
- rédiger un texte d'une quinzaine de lignes en utilisant ses connaissances en vocabulaire et en grammaire (p. 27).

Compétence 4 : Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication [1]
Utiliser l'outil informatique pour s'informer, se documenter, présenter un travail (p. 28).

Source : (1) BOHS n° 3 du 19/06/2008.

POUR ALLER PLUS LOIN

GUIBERT (Françoise de), SAILLARD (Rémy), INIZAN (Sylvaine), *Comment ça va les médias ?*, Bayard Jeunesse, 2008.

LAMOUREUX (Sophie), *La Presse à petits pas*, Actes Sud Junior, 2013.

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

MANIPULER L'OBJET JOURNAL ET EN RECONNAÎTRE QUELQUES ÉCRITS

- **Proposer des jeux sensoriels :** à partir du toucher (reconnaître papier journal et papier glacé), de l'odorat (l'encre du magazine ou du journal), de l'ouïe (le bruit du papier déchiré, déchiqueté, froissé…).
- **Proposer différentes sortes de tris :** qualité du papier, format, présence ou absence de couleurs, de photos… Établir des classements entre magazines et quotidiens d'information pour adultes et journaux d'information pour enfants.
- **Proposer de retrouver l'annonce des programmes de télévision, les prévisions de la météo, les jeux, les nouvelles…** à partir de différentes images (photos, dessins, cartes, publicités) : de repérer dans les écrits les lettres qui se ressemblent, celles qui sont de même taille, le nom du journal, la date de parution…

AU CYCLE 2

RENTRER DANS LA LECTURE D'ÉCRITS DE PRESSE

- **Demander aux élèves :**
  – de « lire » dans le journal ou le magazine de leur choix ce qui les intéresse ; d'expliciter ce qu'ils ont « lu » (photo, dessin, carte, schéma, BD, numéro de page, petites annonces, mots, phrases, titres, publicité…) ; de préciser les indices qui ont permis de les repérer ;
  – de rechercher dans les pages intérieures du journal des images ou des articles qui parlent de sport, de la météo, des programmes de télévision ou qui proposent des jeux. Faire observer aux élèves les écrits qui figurent en haut de la page en gros caractères (le nom des rubriques). Les lire ou les écrire, les définir.
- **Travail sur le temps :** faire comprendre que le journal n'est pas un objet unique mais qu'il s'inscrit dans le temps : relever la date et le jour de parution du journal ou du magazine.
- **Amorcer une comparaison** avec le « feuilletage » d'un périodique sur une tablette numérique : repérage des onglets de rubriques, défilement tactile des articles, grossissement des éléments, présence de documents audiovisuels…

AU CYCLE 3

COMPRENDRE L'ORGANISATION D'UN JOURNAL À PARTIR DE DIFFÉRENTES ACTIVITÉS

- **Travail sur les Unes :**
  – observer différentes Unes d'un même journal et retrouver, soit en les coloriant soit en les entourant, les éléments communs à toutes les Unes. Il s'agit de mettre en évidence les invariants : nom du journal, logo, date, prix, format ;
  – relever les titres de la Une et retrouver à l'intérieur du journal les rubriques et les articles correspondants…
- **Travailler sur les liens entre les articles, les photos, les dessins, les graphiques :** à partir, par exemple, d'un jeu de photocopies des images d'une part, et des articles correspondants d'autre part. Retrouver les images qui illustrent ou complètent le mieux l'article. Établir ce qui fait sens entre image et texte.
- **Relever, en les soulignant, les éléments essentiels d'un article pour faire repérer les questions de référence :** Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ? Comment ? Quelles informations les éléments non soulignés apportent-ils : Le commentaire du journaliste ? Le point de vue de témoins ? Des informations complémentaires sur des lieux, des personnages ?

ÉCRIRE POUR INFORMER

Un tweet en 140 caractères, la dépêche d'une agence d'information, un article destiné aux internautes ou aux mobinautes, un reportage dans un journal imprimé… L'écriture d'un texte informatif obéit à des codes précis. Mais certaines contraintes sont induites par le choix du support.

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

S'EXPRIMER À PARTIR D'UNE IMAGE D'INFORMATION

- **Mettre à disposition des articles de journaux et magazines, articles sur Internet, tablettes et smartphones, affiches, émissions télévisées pour les plus jeunes.** Choisir un des articles et le lire à voix haute. Demander aux élèves de retrouver l'image qui correspond au texte lu parmi tous les supports exposés en classe.

↳ **ÉVALUATION : demander aux élèves d'illustrer un article lu par l'enseignant. On prendra soin de publier les travaux sur le site de l'école et d'élire le dessin qui correspond le mieux à l'événement annoncé ou à l'article lu.**

AU CYCLE 2

APPRENDRE À RÉDIGER UN TEXTE POUR INFORMER, METTRE EN ÉVIDENCE LA NOTION DE MESSAGE ESSENTIEL

- **À la suite de la découverte des journaux imprimés et en ligne pour enfants ou au moment de la création d'un journal d'école ou d'un panneau d'information, proposer aux élèves :** de rédiger à plusieurs de courts articles qui informent sur des événements proches d'eux (travaux réalisés en classe, événement à caractère exceptionnel survenu à l'un d'entre eux, nouvelle du quartier…).

↳ **CONSIGNES : raconter un fait en prenant soin de répondre aux questions suivantes : De qui s'agit-il ? De quoi s'agit-il ? Quand a-t-il eu lieu ? Où s'est-il déroulé ? Et éventuellement l'expliquer : Comment ce fait s'est-il passé ? Pourquoi cela a-t-il eu lieu ? Utiliser un appareil photo, un enregistreur numérique, un bloc-notes, qui serviront d'éléments à la publication sur le journal en ligne.**

AU CYCLE 3

DÉCLINER UNE MÊME INFORMATION SUR DIFFÉRENTS SUPPORTS

↳ **PRÉALABLE : créer un compte Twitter pour la classe, posséder un journal d'école en ligne.**

- **À partir de la lecture d'articles trouvés dans la presse régionale dans leur version imprimée ou en ligne, dans les fils Twitter concernant la thématique, ou dans les quotidiens d'information à destination des jeunes sur des thèmes du programme** (histoire, géographie, éducation civique…), proposer aux élèves de comparer pour chaque support les éléments qui accompagnent le corps de l'article (nom du journal, titres, chapeau, légende, signature – nom du journaliste ou pseudonyme selon les supports). En quoi s'agit-il d'un texte d'information ou de communication ? Retrouve-t-on toutes les réponses aux cinq questions de base (qui ? quoi ? quand ? où ? pourquoi ?) ? Comment les textes et les images sont-ils articulés ?
- **Envisager l'écriture de la campagne publicitaire d'un événement à venir dans l'école.** Envisager la production collective d'une affiche et d'un slogan. Rédiger un article imprimé et en ligne qui entre dans le détail de l'événement en répondant aux cinq questions. Préparer un post de 140 caractères, prêt à être diffusé sur Twitter. Réaliser une interview audio que l'on postera sur le réseau social, obligeant ainsi à prévoir un petit texte d'accompagnement du podcast. Si l'école possède un journal en ligne, publier l'ensemble des contenus produits : textes, images et sons.

DANS LES PROGRAMMES

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE JUSQU'EN SEPTEMBRE 2015

CYCLE 2

Compétence 1 : Maîtrise de la langue française [1]
Être capable d'écrire de manière autonome un texte d'au moins 5 à 10 lignes (p. 20) : *« Rechercher et organiser les idées, choisir du vocabulaire, construire et enchaîner des phrases, prêter attention à l'orthographe »* (p. 17).

Compétence 4 : Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication [1]
Commencer à s'approprier un environnement numérique (p. 20).

CYCLE 3

Compétence 1 : Maîtrise de la langue française [1]
Rédiger des textes courts de différents types (récits, descriptions, portraits) en veillant à leur cohérence, à leur précision (pronoms, mots de liaison, relations temporelles en particulier) et en évitant les répétitions ;

Compétence 4 : Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication [1]
- utiliser l'outil informatique pour s'informer, se documenter, présenter un travail ;
- communiquer ;
- faire preuve d'esprit critique face à l'information et à son traitement (p. 28).

Langue vivante [2]
Comprendre des textes courts et simples en s'appuyant sur des éléments connus : […] pages web (p.16).

Compétence 7 : Autonomie et initiative [1]
- respecter des consignes simples en autonomie ;
- s'impliquer dans un projet individuel ou collectif (p. 28).

Sources : (1) BOHS n° 3 du 19/06/2008.
(2) BO n°1 du 05/01/2012.

POUR ALLER PLUS LOIN

FAMERY (Pascal), LEROY (Philippe), *Réaliser un journal d'information*, Milan, 2007, coll. « Les Essentiels ».

ÉcriTech, un colloque annuel sur l'utilisation des technologies numériques mobiles à l'école. www.ecriture-technologie.com

LA UNE ET LA PAGE D'ACCUEIL, « IMAGES » DU JOURNAL

La Une et la page d'accueil se présentent comme une image. Elles sont vues avant d'être lues, elles doivent attirer le regard des lecteurs et les aider à se repérer dans le journal. Il s'agit de conduire des élèves, encore non lecteurs ou débutants, à considérer ces premières pages comme des « images complexes » aux codes spécifiques.

DANS LES PROGRAMMES

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE JUSQU'EN SEPTEMBRE 2015

CYCLE 1

S'approprier le langage [1]
- comprendre un message et agir de façon pertinente ;
- nommer avec exactitude un objet ;
- prendre l'initiative de poser des questions ou d'exprimer son point de vue (p. 13).

Découvrir l'écrit [1]
« Les enfants découvrent les usages sociaux de l'écrit en comparant les supports… (affiches, livres, journaux, revues, écrans…) » (p. 13).

CYCLE 2

Maîtrise de la langue [1]
- **Lecture, écriture**
  « Les élèves apprennent à rédiger de manière autonome un texte court : rechercher et organiser des idées, choisir du vocabulaire, construire et enchaîner des phrases, prêter attention à l'orthographe. » (p. 18).

CYCLE 3

Maîtrise de la langue française [1]
- comprendre des mots nouveaux et les utiliser à bon escient ;
- dégager le thème d'un texte ;
- utiliser ses connaissances pour réfléchir sur un texte (mieux le comprendre, ou mieux l'écrire).

Compétences sociales et civiques [1]
- prendre part à un dialogue : prendre la parole devant les autres, écouter autrui, formuler et justifier son point de vue ;
- coopérer avec un ou plusieurs camarades (p. 28).

Histoire [2]
« À partir d'exemples concrets, comprendre comment la révolution de l'informatique et de la communication transforme la vie quotidienne et le travail. » (p. 25)

Instruction civique et morale [2]
« Savoir qu'il existe des droits qui limitent les conditions d'utilisation des documents trouvés en ligne (textes, images, sons, films…). » (p. 31)

Sources : (1) BOHS n° 3 du 19/06/2008.
(2) BO n°1 du 05/01/2012.

POUR ALLER PLUS LOIN

SALLES (Daniel), DUFAUT (Olivier), *Du papier à l'Internet : Les unes des quotidiens*. SCEREN, CLEMI, 2010. Coll. « Éducation aux médias ».

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

OBSERVER DES UNES DE JOURNAUX ET METTRE EN ÉVIDENCE LEURS INVARIANTS

- **Mettre à la disposition des élèves plusieurs numéros du même journal de manière à ce qu'ils observent les différentes Unes** et essaient de trouver, soit en les coloriant soit en les entourant, des éléments qui leur sont communs. Après la prise en compte de toutes les remarques, mettre en évidence au tableau les invariants : nom du journal, logo, date, prix et leur emplacement dans la page.
- **Observer les pages d'accueil des sites des journaux** sur lesquels les élèves viennent de travailler. Repérer les éléments constitutifs de ces sites : texte, image, vidéo… ; des éléments (titres, photos…) que l'on a déjà retrouvés sur la Une imprimée.

NB : L'usage du tableau numérique (TBI) sur lequel on « affiche » Unes (récupérées sur Internet) et pages d'accueil aidera grandement le travail.

AU CYCLE 2

RECONSTITUER UNE UNE

- **Chaque élève reçoit une photocopie de la page de Une** (il ne reste que les lignes horizontales supérieures et inférieures, tout le reste ayant été blanchi) et une autre photocopie où figurent les différents éléments constitutifs de la Une (logo, titre, date, lieu de diffusion, publicités, photographies). Ces éléments seront découpés et collés à la bonne place sur la photocopie représentant la Une. Ces Unes sont affichées au tableau. Les enfants commentent leurs erreurs et leurs réussites.

AU CYCLE 3

DÉGAGER DES RÈGLES DANS LA COMMUNICATION D'UNE UNE ET D'UNE PAGE D'ACCUEIL

- **Prendre conscience des différentes tailles de caractères des écrits de la Une et de leurs fonctions (titre, accroche, rapport texte-image).** Mettre en évidence l'utilisation de différents caractères typographiques (taille et graisse). S'interroger sur leurs fonctions :
  – les gros titres pour attirer l'attention du lecteur ou de l'acheteur sur le contenu du journal ;
  – les accroches qui renvoient à la lecture des pages intérieures ;
  – les légendes des photographies placées en dessous ou à côté pour mieux comprendre de quoi il s'agit.
- **Observer la page d'accueil du site Internet du journal que l'on vient d'étudier. Dégager :**
  – les similitudes : logotype (souvent avec ajout du .fr), marques de l'identité visuelle (couleurs, typographie…), date, devise, annonce de rubriques…
  – les différences : les rubriques remplacées par des onglets présentés le plus souvent horizontalement, la présence plus importante de photos, infographies, voire de vidéos, un archivage des articles sur le site, les dépêches…
  – le changement de lecture : la Une est une « image » figée de l'actualité à un certain moment, avec sa hiérarchie ; la page d'accueil du site fait l'objet d'une mise à jour permanente, les articles se superposant au fur et à mesure de leur publication. La page d'accueil se consulte en *scrollant* puis en cliquant sur l'article choisi pour le lire en entier.

INTERNET UNE INFO, DES INFOS

Outil pour s'informer, pour communiquer, pour jouer… Savoir naviguer sans se perdre d'un lien à l'autre, dans l'abondance des ressources qu'offre Internet, nécessite un apprentissage spécifique pour exploiter au mieux les richesses de l'information en ligne.

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

DÉCOUVERTE D'UN SUPPORT OFFRANT DIFFÉRENTS TYPES DE CONTENUS ET DE LANGAGES (ÉCRITS, IMAGES, SONS)

- **La présence d'ordinateurs dans la classe ou dans la salle informatique est l'occasion d'explorer avec les enfants la diversité des usages d'un ordinateur et d'Internet.** Dans un premier temps, laisser les enfants exposer ce que l'on peut faire avec un ordinateur : jouer, écrire, regarder un cédérom… Avec Internet : rechercher une histoire, un jeu, un horaire de train, une recette de cuisine, une information, écrire à quelqu'un… Une fois précisées les fonctions d'un ordinateur et d'Internet, leur proposer de rechercher par le biais d'Internet des documents absents de la BCD : par exemple, un conte africain, des informations sur les dinosaures… Leur faire repérer les textes, les images, les liens interactifs.

AU CYCLE 2

CONDUIRE LES ÉLÈVES VERS UNE PRATIQUE DE RECHERCHE SUR INTERNET

- **À l'occasion de l'exploration d'un thème concernant, par exemple, la vie animale ou les habitats, proposer aux élèves de travailler sur la page d'un moteur de recherche et de trouver des informations ou des images pour alimenter ou illustrer un projet d'écriture :**

– préparation : identifier sur la même page d'un moteur deux ou trois sites adaptés aux élèves ;
– leur faire repérer, à partir des codes couleur et typographiques, les trois niveaux « d'écrits » proposés pour chacun des sites sélectionnés. Les nommer : le titre, le texte accompagnant la réponse à la recherche et leur adresse ;
– lire avec les élèves les trois niveaux d'information de ces sites : leur demander de proposer des hypothèses sur le contenu de chacun des sites ;
– vérifier avec eux leurs hypothèses en les accompagnant dans la lecture et la découverte des sites ;
– rechercher avec eux, à partir d'un moteur de recherche, des images correspondant à leur sujet.

AU CYCLE 3

FAMILIARISER LES ÉLÈVES À UNE PRATIQUE RAISONNÉE DE RECHERCHE SUR INTERNET

↳ Il s'agit, dans le cadre d'une découverte des médias, de montrer la complémentarité entre les différents supports.

- **Les élèves ont à leur disposition un quotidien régional, un quotidien national, un magazine d'information spécialisée et un accès à des sites Internet. À la suite de questions débattues dans le cadre du programme de géographie, demander aux élèves, répartis par groupe, de rechercher successivement :**

– une information sur leur commune ou leur arrondissement, s'ils habitent une très grande ville ;
– les prévisions météorologiques d'une capitale européenne ;
– une information politique sur un pays étranger ;
– les résultats d'un match de football récent…

Les élèves pratiquent leurs recherches sur les différents supports à leur disposition. Lors de la mise en commun, ils donnent les résultats de leur travail, s'interrogent sur leurs échecs éventuels et formulent des avantages et des inconvénients pour chacun des supports utilisés (précision de l'information, contextualisation, illustration, identification de la source…).

DANS LES PROGRAMMES

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE JUSQU'EN SEPTEMBRE 2015

CYCLE 1

Découvrir l'écrit
« Les enfants découvrent les usages sociaux de l'écrit en comparant les supports… (affiches, livres, journaux, revues, écrans…) » [1] (p. 13).
« Savoir que la présence d'un adulte est obligatoire pour une recherche sur internet. » [2] (p. 9).

CYCLE 2

Compétence 4 :
Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication
Commencer à s'approprier un environnement numérique [1] (p. 20).
« Être sensibilisé aux risques liés à l'usage de l'internet : connaître quelques dangers de la navigation sur internet. » [2] (p. 9).

CYCLE 3

Compétence 1 : Maîtrise de la langue
- lire avec aisance (à haute voix, silencieuse) un texte ;
- utiliser ses connaissances pour réfléchir sur un texte.

Compétence 4 :
Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication [1]
« Les élèves apprennent à maîtriser les fonctions de base d'un ordinateur. Ils sont entraînés à utiliser un traitement de texte, à écrire un document numérique… Ils effectuent une recherche en ligne, identifient et trient des informations » (p. 26).

Sources : (1) BOHS n° 3 du 19/06/2008.
(2) BO n°1 du 05/01/2012.

POUR ALLER PLUS LOIN

GIFFORD (Clive), *Histoire de la révolution numérique*, Gallimard Jeunesse, 2012.

QUIGNAUX (Jean-Pierre), *Internet, nos enfants et nous !*, Bayard Jeunesse, 2008.

SAINT-MARS de (Dominique), BLOCH (Serge), *Lili se fait piéger sur Internet*, Calligram, 2006, coll. « Ainsi va la vie ». (À partir de 6 ans).

DES IMAGES DANS LES MÉDIAS

Fixes ou animées, les images sont l'un des premiers contacts des enfants avec le monde des médias. Elles sont aussi des matériaux, des documents et des supports d'expression dans de nombreuses disciplines. D'une approche apparemment facile, concrète et immédiate, elles nécessitent des outils de lecture pour être comprises (et permettre une utilisation réfléchie).

DANS LES PROGRAMMES

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE JUSQU'EN SEPTEMBRE 2015

CYCLE 1

Percevoir, sentir, imaginer, créer[1]
Adapter son geste aux contraintes matérielles (instruments, supports, matériels) (p. 16).

CYCLE 2

Pratiques artistiques

- **Arts visuels**[1]
  « Leur enseignement s'appuie sur une pratique régulière et diversifiée de l'expression plastique, du dessin et la réalisation d'images fixes ou mobiles. Il mobilise des techniques traditionnelles (peinture, dessin) ou plus contemporaines (photographie numérique, cinéma, vidéo, infographie…) » (p. 19).
- **Découverte du monde**[2]
  Représentations simples de l'espace familier à partir de supports variés (photographies sous différents angles et points de vue…) (p. 6).

CYCLE 3

Compétence 1 : Maîtrise de la langue
Rédiger un texte d'une quinzaine de lignes (récit, description, dialogue, texte poétique, compte-rendu) .

Compétence 5 : La culture humaniste[1]
- lire et utiliser différents langages : cartes, croquis, graphiques, iconographie ;
- pratiquer le dessin et diverses formes d'expressions visuelles et plastiques (formes abstraites ou images) en se servant de différents matériaux, supports, instruments et techniques (p. 28).

Sources : (1) BOHS n° 3 du 19/06/2008.
(2) BO n°1 du 05/01/2012.

POUR ALLER PLUS LOIN

MONDZAIN (Marie-José), *Qu'est-ce que tu vois ?* Gallimard Jeunesse, 2008.

Pause-Photo-Prose, un jeu d'équipe conçu dans le cadre des Rencontres d'Arles propose de se questionner sur l'origine des photographies, leur polysémie et leurs usages.
http://w1p.fr/122506

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

COMMENCER À SÉRIER DIFFÉRENTS TYPES D'IMAGES

- **Constituer un corpus d'images trouvées dans la presse (journaux, magazines, hebdomadaires de télévision…) et d'images apportées par les enfants.** Leur demander de repérer les différences essentielles entre ces images : couleur ou N/B, format, sujet, support ; de les classer selon différents genres : BD, dessins, photos, photos publicitaires, photos de vacances, portraits de camarades de la classe… Constituer un « coin images » dans la classe.
- **Visionner une vidéo composée d'extraits de programmes télévisés connus des enfants et leur proposer de retrouver :** une publicité, la météo, un dessin animé, un documentaire animalier, un journal télévisé… Leur demander de justifier leur réponse.
- **Activités manuelles.** Travailler le schéma corporel : compléter sa photo d'identité, ou l'autre moitié du corps d'une photo découpée… Reconstituer une image découpée sous forme de puzzle. Prolonger une image en dessinant le hors cadre.

AU CYCLE 2

CONDUIRE LES ÉLÈVES À PRENDRE CONSCIENCE QU'UNE IMAGE EST UNE REPRÉSENTATION, UNE RECONSTRUCTION DE LA RÉALITÉ

- **Faire retrouver par les élèves, dans des magazines ou des journaux pour enfants, différents types d'images (cartes, photos, dessins d'illustration) et leur demander :** de parler de ces images (« ce que je vois »), et de dire ce qu'ils en comprennent (« ce que raconte l'image »). Faire prendre conscience aux élèves des différentes interprétations qu'ils proposent.
- **Sélectionner plusieurs images de registres très différents :** photographies d'actualités, images publicitaires, photographies scientifiques, captures d'écrans de télévision et de jeux vidéo, photos personnelles…Les faire commenter puis deviner quels sont les médias dont ces images sont originaires et les buts poursuivis par leurs auteurs.

AU CYCLE 3

METTRE EN ÉVIDENCE LE CARACTÈRE POLYSÉMIQUE D'UNE IMAGE DÉCOUVRIR LA RELATION TEXTE/IMAGE

- **Choisir une photo d'actualité d'un format assez grand :** la photocopier en la recadrant avec un cache en papier blanc. Demander aux enfants d'imaginer et de dessiner le hors-champ sur la photocopie. Comparer avec la photo initiale. Faire expliciter la notion de champ et de hors-champ.
- **Proposer à l'ensemble des élèves une photographie sans légende :** demander à chacun d'écrire une légende qui lui paraisse adaptée à cette image. Essayer de dégager si les élèves ont perçu ou non la même chose dans cette image et à partir de quels indices se sont constituées ressemblances et différences.
- **Visionner un extrait de reportage sur un sujet relatif au programme de géographie :** repérer et comparer les informations apportées par les images et celles apportées par le commentaire. De quels ordres sont-elles (description, données historiques, économiques…) ?

FILLES ET GARÇONS DANS LES MÉDIAS

La promotion des conduites non sexistes entre garçons et filles à l'école gagne à s'appuyer sur l'observation critique des représentations dans les médias. Dans la presse écrite, à la télévision et maintenant sur Internet sont en effet véhiculés nombre de stéréotypes qui influent lecteurs et spectateurs de tous les âges.

PISTES PROPOSÉES...

AU CYCLE 1

REMARQUER LES DIFFÉRENCES ENTRE DES SITES DESTINÉS AUX FILLES ET AUX GARÇONS

- **S'appuyer sur l'observation de deux sites de jeux en ligne** ou de vente de jouets destinés l'un aux garçons, l'autre aux filles. Décrire la première page de ces ceux sites : couleurs, thèmes mis en avant, objets mis en valeur. Organiser un échange sur l'intérêt que les garçons éprouvent à l'égard des jeux de filles présentés sur les sites (et l'inverse), et les raisons pour lesquelles le site leur rend attrayants les jeux présentés.
- **Relever quelques exemples de jeux proposés** comportant des personnages et noter le lieu où ces derniers sont mis en scène : la cuisine, le jardin, le terrain de sport… Avec les plus grands, lire la description des jeux, noter les verbes et les adjectifs employés. Souligner les « clichés » souvent employés.

AU CYCLE 2

OBSERVER LA MISE EN ŒUVRE DE LA DIVERSITÉ DANS LA PUBLICITÉ

- **À partir de publicités extraites de magazines, de plages publicitaires télévisées ou de sites Internet, dans lesquelles se trouvent des enfants,** observer la façon dont sont représentés les garçons et les filles. Rassembler les observations dans un tableau : les vêtements, le type physique (enfants blancs/noirs/métis/autre), la couleur des cheveux, des yeux ; le milieu social (en imaginant le métier exercé par le père ou en observant le cadre de vie de la famille). Cette représentation publicitaire est-elle un reflet de la société ? La diversité de la classe est-elle bien représentée ? Qui sont les grands absents ?
- **Décrire le rôle assigné aux garçons et aux filles dans ces publicités.** Imaginer des publicités inversées, où les filles sont remplacées par des garçons et vice-versa : qu'est-ce que cela change ?

AU CYCLE 3

S'INTERROGER SUR LA PLACE DES FEMMES ET DES HOMMES DANS LE SPORT ET DANS L'INFORMATION MÉDIATISÉS

- **Observer le programme télévisé de la semaine passée et recenser les événements sportifs qui ont fait l'objet d'une retransmission.** Distinguer ceux qui ont concerné des hommes et ceux qui étaient accomplis par des femmes, puis commenter. Dresser une liste de divers sports (football, rugby, patinage artistique, gymnastique, natation, karaté, course automobile…) et demander à chaque élève de préciser si, selon lui, ce sport peut être pratiqué indifféremment par des femmes et des hommes ou seulement par des femmes ou des hommes. Conclure en s'interrogeant sur les obstacles à la pratique sportive par l'autre sexe et le poids des stéréotypes à l'œuvre.
- **En s'appuyant sur des quotidiens et des émissions, se livrer à quelques comparaisons sur la place des femmes dans l'information :** le nombre de photos d'hommes et de femmes dans un magazine (hors images publicitaires…) ; les rôles des témoins dans les reportages ; le nombre de citations d'hommes et de femmes dans des articles de presse ; les signatures d'articles et les rédactions en chef dans les journaux.

DANS LES PROGRAMMES

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE JUSQU'EN SEPTEMBRE 2015

CYCLES 1 & 2

Compétence 6 :
Compétences sociales et civiques
Vivre en société : *« La vie en société se fonde sur : le respect de soi ; le respect des autres (civilité, tolérance, refus des préjugés et des stéréotypes) ; le respect de l'autre sexe. »* [1]

CYCLE 3

Compétence 6 :
Compétences sociales et civiques
« L'élève est capable de : […] respecter les autres et notamment appliquer les principes de l'égalité des filles et des garçons. » [2] (p. 28)

Sources : (1) BO n°29 du 20/07/2006,
(2) BO n°3 du 19/06/2008.

POUR ALLER PLUS LOIN

MANKOWSKI (Clara), *Y a-t-il encore des préjugés sur les filles ?*, La Martinière Jeunesse, 2006.

Genrimages est un site internet pédagogique pour sensibiliser les jeunes au décryptage des stéréotypes de genre.
www.genrimages.org

ÉCOUTE, ÉCOUTE…

Apprendre à identifier et à nommer les sons entendus dans son environnement, prendre conscience des images qu'ils évoquent et savoir les expliciter participent à la mise en place d'une éducation aux médias et d'une éducation sensorielle. Apprendre à reconnaître les voix, à maîtriser la sienne pour produire notamment une courte émission radiophonique relève aussi de cette éducation.

DANS LES PROGRAMMES

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE JUSQU'EN SEPTEMBRE 2015

CYCLE 1

Percevoir, sentir, imaginer, créer [1]
« Les activités visuelles et tactiles, auditives et vocales accroissent les possibilités sensorielles de l'enfant ; elles sollicitent son imagination et enrichissent ses connaissances et ses capacités d'expression ; elles contribuent à développer ses facultés d'attention et de concentration. » [p. 16].

CYCLE 2

Compétence 1 :
Maîtrise de la langue française
S'exprimer clairement à l'oral en utilisant un vocabulaire approprié.

Compétence 7 : Autonomie et initiative [1]
- échanger, questionner, justifier un point de vue ;
- se représenter son environnement proche, s'y repérer, s'y déplacer de façon adaptée [p. 20].

CYCLE 3

Compétence 1 :
Maîtrise de la langue française [1]
- s'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis ;
- lire avec aisance… [p. 27]

Compétence 4 : Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication [1]
- utiliser l'outil informatique pour s'informer, se documenter, présenter un travail ;
- communiquer ;
- faire preuve d'esprit critique face à l'information et à son traitement [p. 28].

Compétence 7 : Autonomie et initiative [1]
- s'impliquer dans un projet individuel ou collectif ;
- soutenir une écoute prolongée [p. 28].

Source : [1] BOHS n° 3 du 19/06/2008.

POUR ALLER PLUS LOIN

FISCHETTI (Antonio), PUESH (Marion), *Le Son à petit pas*, Actes Sud Junior, 2011.

« Le Journal en français facile » de RFI présente l'actualité avec des mots simples et explique les événements dans leur contexte.
www.rfi.fr/lffr/statiques/accueil_apprendre.asp

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

SAVOIR IDENTIFIER DIFFÉRENTS TYPES D'ÉLÉMENTS SONORES

- **Avec les élèves des classes maternelles, introduire dans les jeux auditifs habituels des éléments sonores radiophoniques, télévisuels, de jeux vidéo…** enregistrés ou provenant du téléviseur ou de la radio de la classe. Un enfant caché sous une table doit reconnaître le bruit proposé par les autres élèves ou l'enseignant. Jouer sur l'intensité du son : fort, faible, moyen. Jouer sur les effets : échos, distorsions… Parmi ces sons, introduire des voix que l'on pourra caractériser (enfant, femme, homme…).

AU CYCLE 2

APPRENDRE À ÉCOUTER EN APPRENANT À S'ÉCOUTER

↳ **La voix est un élément constitutif de l'identité d'un individu. Il faut avant toute activité radiophonique que l'élève ait éprouvé l'expérience de l'enregistrement et de l'écoute de sa propre voix afin de se familiariser avec elle.**

- **Pour débuter, jouer au timbre de la voix :** plusieurs élèves, cachés derrière un paravent, s'expriment et les autres doivent découvrir qui parle. Ils prennent ainsi conscience de l'identité vocale des autres.
- **Chaque élève dit plusieurs fois « *des mouches dans la bouche* »** avec le doigt devant les lèvres, la main sur la tête, la main sur la cage thoracique. Il prend ainsi conscience des phénomènes de vibration et de résonance quand il parle.
- **Enregistrer chaque élève pendant qu'il lit une comptine, une poésie, puis lui faire entendre l'enregistrement et lui demander d'exprimer ce qu'il ressent.** Expliquer aux élèves pourquoi ils ont l'impression que c'est un autre qui parle, que c'est comme ça que les autres nous entendent. Que c'est bien leur voix !

AU CYCLE 3

OBSERVER PUIS RÉALISER UN JOURNAL PARLÉ

↳ **Les ressources mises à disposition des enseignants de français langue étrangère par Radio France Internationale (RFI) sont très utiles pour un travail sur l'actualité. En particulier, « Le Journal en français facile », qui présente l'actualité de manière très adaptée aux plus jeunes.**

- **Lister les différents éléments sonores du journal :** jingle, tapis, titres, voix, reportages, puis observer comment s'organisent ces différents éléments pour donner un rythme au journal. En s'appuyant sur le script, noter les pauses, les inflexions de la voix pour travailler sur la diction, le « lu parlé ».
- **Faire une revue de presse (presse quotidienne ou presse jeunesse),** puis rédiger un court bulletin d'information à partir de l'actualité du jour qui sera mis en voix.

TÉLÉ, MODE D'EMPLOI

Bien avant de savoir lire, les enfants sont exposés à l'abondance et à la diversité des images télévisuelles. Permettre aux élèves, dès leur plus jeune âge, de percevoir la variété de ces images dans leur forme, leur statut et leur mode de production, c'est les aider à se dégager de leur emprise émotionnelle, à trouver des repères dans la masse des informations et des divertissements qu'elles proposent, c'est les conduire à devenir des lecteurs d'images.

PISTES PROPOSÉES...

AU CYCLE 1

COMMENCER À SÉRIER DIFFÉRENTS TYPES D'IMAGES

- **Enregistrer une série d'extraits de programmes télévisés connus des enfants, visionner ces extraits dans le cadre de la classe, et leur proposer de retrouver :** une publicité, la météo, un dessin animé, un documentaire animalier, un journal télévisé… Leur demander de justifier leur réponse.
- **À partir de l'adaptation télévisée d'un livre ou d'un album :**

- isoler à l'écran une image en pause et la faire retrouver dans l'album. Inversement, chercher une image de l'album et la repérer au cours d'un nouveau visionnage ;
- rechercher si toutes les planches de l'album sont reprises à l'écran. Y a-t-il des images ne figurant pas dans l'album ? Faire constater les mouvements des personnages ;
- travailler sur la bande-son. Qu'est-ce qui permet de mieux différencier les personnages par rapport à l'album ? Y a-t-il d'autres voix que celles des personnages ? Faire prendre conscience aux enfants du rôle du narrateur éventuel. Y a-t-il d'autres sons : musique, bruits ? Les définir.

AU CYCLE 2

AMENER LES ÉLÈVES À PRENDRE CONSCIENCE DE LEUR ACTIVITÉ DE TÉLÉSPECTATEURS ET LES SENSIBILISER À L'EXISTENCE D'ÉMISSIONS AUX FONCTIONS DIFFÉRENTES

↳**PRÉALABLE : avoir réalisé un enregistrement de 15 minutes d'extraits d'émissions très diverses, supposées connues des enfants (générique d'un dessin animé, extrait d'un journal télévisé, match de football, jeu, publicité, documentaire animalier…).**

- **Avant de lancer des activités sur les images télévisuelles, il est intéressant d'interroger les élèves sur la façon dont ils regardent habituellement la télévision :** Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ? Quoi ?
- **Les élèves regardent en continu les extraits (d'une durée moyenne de 2 minutes) :** Ont-ils reconnu des émissions ? Si oui, lesquelles ? Qu'ont-ils reconnu : la musique, les images, les personnages, l'animateur, le présentateur ? Parmi les émissions qu'ils reconnaissent, lesquelles regardent-ils le plus souvent ? À qui s'adressent-elles : aux adultes, aux enfants ? À partir d'un extrait reconnu par tous, demander aux élèves de décrire les indices visuels et sonores sur lesquels ils s'appuient pour identifier le sujet de l'extrait.

AU CYCLE 3

REPÉRER LA SPÉCIFICITÉ DE L'INFORMATION À LA TÉLÉVISION

- **Visionner un journal télévisé tout images sans consigne préalable :**

- demander aux élèves de résumer oralement ou par écrit, les sujets abordés dans le journal ;
- effectuer un deuxième visionnage et dresser au tableau la liste des sujets traités dans l'ordre de leur apparition. Comptabiliser le nombre de sujets. Comparer avec le résumé des élèves : Quels sont les sujets oubliés par les élèves ? Pourquoi : trop difficile, trop loin de leurs préoccupations ?

DANS LES PROGRAMMES

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE JUSQU'EN SEPTEMBRE 2015

CYCLE 1

Découvrir le monde [1]
- Se repérer dans le temps : *« La notion de simultanéité est abordée dans des activités ou dans des histoires bien connues ; la représentation (dessins, images) contribue à la mettre en évidence »* (p. 16) ;
- Comprendre et utiliser à bon escient le vocabulaire du repérage et des relations dans le temps et dans l'espace (p. 16).

CYCLE 2

Compétence 1 :
Maîtrise de la langue française [1]
S'exprimer clairement à l'oral.

Compétence 7 :
L'autonomie et l'initiative [1]
- échanger, questionner, justifier un point de vue ;
- se représenter son environnement proche, s'y repérer, s'y déplacer de façon adaptée (p. 20).

CYCLE 3

Compétence 1 :
Maîtrise de la langue française [1]
S'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis.

Compétence 6 :
Compétences sociales et civiques [1]
Prendre part à un dialogue : prendre la parole devant les autres, écouter autrui, formuler et justifier son point de vue.

Source : (1) BOHS n° 3 du 19/06/2008.

POUR ALLER PLUS LOIN

BACHMANN (Sophie), BARREYRE (Christophe), CASALTA (Jean-Emmanuel), MOCIK (Jean-Claude), *La Télévision à petit pas*. Actes Sud Junior, INA, 2008.

Arte Journal Junior, le JT pour les jeunes de 8 à 12 ans. www.tv-replay.fr/arte-journal-junior/

UNE PAGE DE PUB

Les images sont à la fois des matériaux, des documents et des supports d'expression. Parmi ces images, celles des publicités, en particulier à la télévision et sur Internet, exercent une grande séduction sur les enfants. Apprendre à les repérer, à comprendre leur fonction et à repérer les procédés de persuasion mis en œuvre dans leur fabrication participent d'une éducation à la consommation et aux médias.

DANS LES PROGRAMMES

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE JUSQU'EN SEPTEMBRE 2015

CYCLE 1

S'approprier le langage [1]
- comprendre un message et agir de façon pertinente ;
- prendre l'initiative de poser des questions ou d'exprimer son point de vue (p. 13).

Découvrir l'écrit [1]
« Les enfants découvrent les usages sociaux de l'écrit en comparant les supports… (affiches, livres, journaux, revues, écrans…) » (p. 13).

CYCLE 2

Maîtrise de la langue [1]
- s'exprimer à l'oral en utilisant un vocabulaire approprié et précis ;
- écrire de manière autonome un texte de 5 à 10 lignes (p. 20).

Histoire [2]
À partir de documents de nature différente (publicité, affiche…), prendre conscience du développement de la société de consommation. (p. 25).

CYCLE 3

Compétence 1 : Maîtrise de la langue française
- s'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis ;
- rédiger un texte d'une quinzaine de lignes.

Compétence 5 : Culture humaniste
Pratiquer le dessin et diverses formes d'expressions visuelles et plastiques…

Compétence 6 : Compétences sociales et civiques
Prendre part à un dialogue [1] : prendre la parole devant les autres, écouter autrui, formuler et justifier son point de vue (p. 28).
Instruction civique et morale [2] : Trouver des indices avant d'accorder sa confiance aux informations et propositions fournies sur l'Internet. (p. 31).

Sources : (1) BOHS n° 3 du 19/06/2008.
(2) BO n° 1 du 05/01/2012.

POUR ALLER PLUS LOIN

JULIA-RIPOLL (Brigitte), *50 Activités pour découvrir l'image fixe à l'école*, cycle 3 et en 6e. SCEREN-CRDP Languedoc Roussillon/CDDP Pyrénées-Orientales, 2003.

« Comment être pubmalin » est un site d'éducation à la publicité et aux médias.
www.pubmalin.fr

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

PERMETTRE AUX ÉLÈVES DE REPÉRER LA PRÉSENCE ET LES INDICES DE LA PUBLICITÉ DANS LES MÉDIAS

- **Partir de la découverte de différents types d'images trouvées dans la presse et rassemblées dans le « coin images » pour leur demander à quoi l'on reconnaît des publicités :**
– dans les pages d'un journal ? Taille de l'image, écrit et image associés dans un cadre, produit reconnu…
– à la télévision ? Lancement musical de la séquence de publicités, types d'images et de sons, rythme des histoires…
– sur un site Internet ? Bannières, fenêtres intrusives, spots et bandes-annonces…

- **Proposer quelques publicités télévisées dont une à destination des enfants.** Au sein de la séquence diffusée, faire retrouver aux élèves une publicité pour une voiture, un produit alimentaire, un jouet ou autre…

AU CYCLE 2

INITIER À LA LECTURE DES MESSAGES PUBLICITAIRES

- **Choisir un spot publicitaire mettant en scène des personnages et un produit supposé connu des élèves (dentifrice, laitage, produit alimentaire…). Plusieurs visionnages seront nécessaires pour introduire, soit à l'oral soit à l'écrit, selon l'âge des élèves, des activités d'analyse sur :**
– le récit : Quelle histoire est racontée ? Qui sont les personnages (nombre, costumes, ton de la voix, humeur…) ? Y a-t-il de la musique, des bruitages, des voix off… ? Quand se situe l'action ? Que se passe-t-il ? Pourquoi ?
– le produit : Quel est le produit ? Est-il montré à l'écran ou suggéré (quand, comment…) ? Comment prend-on connaissance de ses qualités (d'après l'image, le son, des effets spéciaux…) ? Combien de fois et quand son nom est-il prononcé ?
– l'argumentaire : Quels sont les mots utilisés pour en parler, pour donner envie de l'acheter ?
– le rapport au réel : Ce que l'on voit à l'écran est-il possible dans la réalité ?

AU CYCLE 3

QUESTIONNER LE FONCTIONNEMENT D'UN MESSAGE PUBLICITAIRE

- **Reprendre les activités proposées pour le cycle 2 concernant l'analyse d'un spot télévisé en s'attachant plus particulièrement au message écrit et verbal :** il s'agit d'introduire la notion de slogan. Demander aux élèves de repérer dans les dialogues, dans les textes qui apparaissent à l'image ou en voix off, ce qu'ils ont retenu : Pourquoi (jeux de mots, répétition de son, phrase connue, déjà entendue…) ?

- **Sélectionner dans la presse magazine des publicités pour un même produit (par exemple eaux minérales, voitures, chaussures de sport…) et de marques différentes.** Mettre en évidence la distinction entre marque et produit. Demander aux élèves de remplir une grille de lecture pour chaque publicité comprenant quatre items : Quelle marque ? Quel produit ? Quel slogan ? Description de l'image : Que faut-il comprendre selon vous ? Mise en commun et confrontation des interprétations de chacun.

- **Demander aux élèves :**
– de rechercher et décrire des sites qui leur sont destinés, où s'exerce un marketing en ligne habile et difficile à éliminer ;
– de décrire la stratégie mise en place : une interactivité amusante, des écrans de veille à télécharger, des personnages séduisants, une personnalisation du message (parce que le site connaît l'identité du jeune internaute), des invitations et cadeaux…

UN PARCOURS M@GISTÈRE POUR L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

Dans le courant de l'année 2014-2015, les formateurs pourront accéder à un espace en ligne sur la plateforme M@gistère afin de faire découvrir aux enseignants du premier degré l'éducation aux médias et à l'information. Ils disposeront ainsi de trois parcours interactifs et complémentaires, réalisés par le CLEMI, les Ceméa et la Ligue de l'enseignement, qui encourageront les professeurs à prolonger dans leurs classes les activités d'EMI découvertes durant cette formation.

Les parcours de formation « Éducation aux médias » sont conçus pour être mis en œuvre selon des durées variables, de trois, six ou neuf heures. Un premier parcours « E-Découverte », de trois heures, met en place les enjeux pédagogiques, sociétaux et citoyens de l'éducation aux médias et à l'information. Il a été conçu pour introduire chacun des deux autres modules « E-Action », de six heures ceux-là, consacrés, l'un aux médias d'information, l'autre à l'image. Mais ces deux derniers parcours peuvent être abordés isolément. Une auto-évaluation conclut chacun des parcours, voire chacune des séquences que comprend le parcours.

E-DÉCOUVERTE : ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION À L'ÉCOLE, UN ENJEU CITOYEN [1]

En trois heures, ce premier parcours vise à sensibiliser l'enseignant aux usages pédagogiques des médias et à la transdisciplinarité de l'EMI. Des vidéos présentent de nombreuses situations de classes au cours desquelles sont mises en œuvre des activités d'observation, d'analyse et de production de médias, à différents niveaux d'enseignement. Des spécialistes de l'EMI et des pédagogues apportent leurs points de vue afin d'en identifier les concepts et les idées fortes. Puis, sous une forme ludique notamment, les pratiques médiatiques des jeunes élèves sont interrogées et les représentations qu'on s'en fait soumises à une réflexion critique.

E-ACTION : COMPRENDRE, ANALYSER, PRODUIRE DES MÉDIAS D'INFORMATION [1]

En six heures, ce parcours, centré sur les médias d'information, s'appuie à la fois sur les usages médiatiques des élèves et les compétences référencées dans le Socle commun que ces derniers doivent maîtriser. En cinq séquences [1], le parcours passe en revue cinq grands domaines :

– « Interroger sa propre relation à l'univers médiatique » fait prendre conscience à l'enseignant (et à ses élèves) de la relation particulière qu'il a aux médias en fonction de son milieu, de ses goûts, de son âge… ;
– « S'informer par les médias », à travers l'observation de la manière dont différents médias rendent compte d'un même événement ;
– « Caractériser les médias et les langages médiatiques » sensibilise l'enseignant au fait qu'une information est le fruit d'une construction entre production, diffusion et réception ;
– « Produire des messages médiatiques » s'interroge sur les conditions dans lesquelles on peut produire un média avec une classe.
– « Être conscient de la place et du rôle des médias dans la société » vérifie qu'un média d'information repose sur un modèle qui n'exclut ni le divertissement, ni la communication publicitaire…

E-ACTION : PRATIQUES MÉDIATIQUES DES ENFANTS ET APPRENTISSAGES DES IMAGES [1]

Ce parcours de six heures, centré sur l'éducation aux images, donne à l'enseignant les outils et démarches dont l'objectif est de rendre les élèves capables de lire une image de manière critique en identifiant les codes à l'œuvre. Il comprend six séquences [1] :

– « Des images pour divertir » s'appuie sur la connaissance de l'offre et les pratiques des enfants ;
– « Des images pour faire consommer » aborde des situations pédagogiques visant à former des consommateurs responsables ;
– « Des images pour apprendre » définit la fonction didactique de l'image et s'appuie sur le cinéma comme « support » d'éducation ;
– « Des images pour informer » fait repérer et classer les différents types d'images d'information ;
– « Produire et créer des récits pluri-médias » met en œuvre en classe des projets de création et de diffusion qui utilisent différents médias ;
– « Réseaux numériques et univers virtuels pour enfants » s'interroge sur les enjeux d'éducation posés par les usages des médias numériques par les élèves.

COMMENT ACCÉDER AUX PARCOURS EN LIGNE ?

Les accès aux parcours M@gistère sont sous la responsabilité des recteurs et des directeurs académiques et dépendent souvent de leur inscription au volet départemental du plan académique de formation continue des enseignants du premier degré [2].

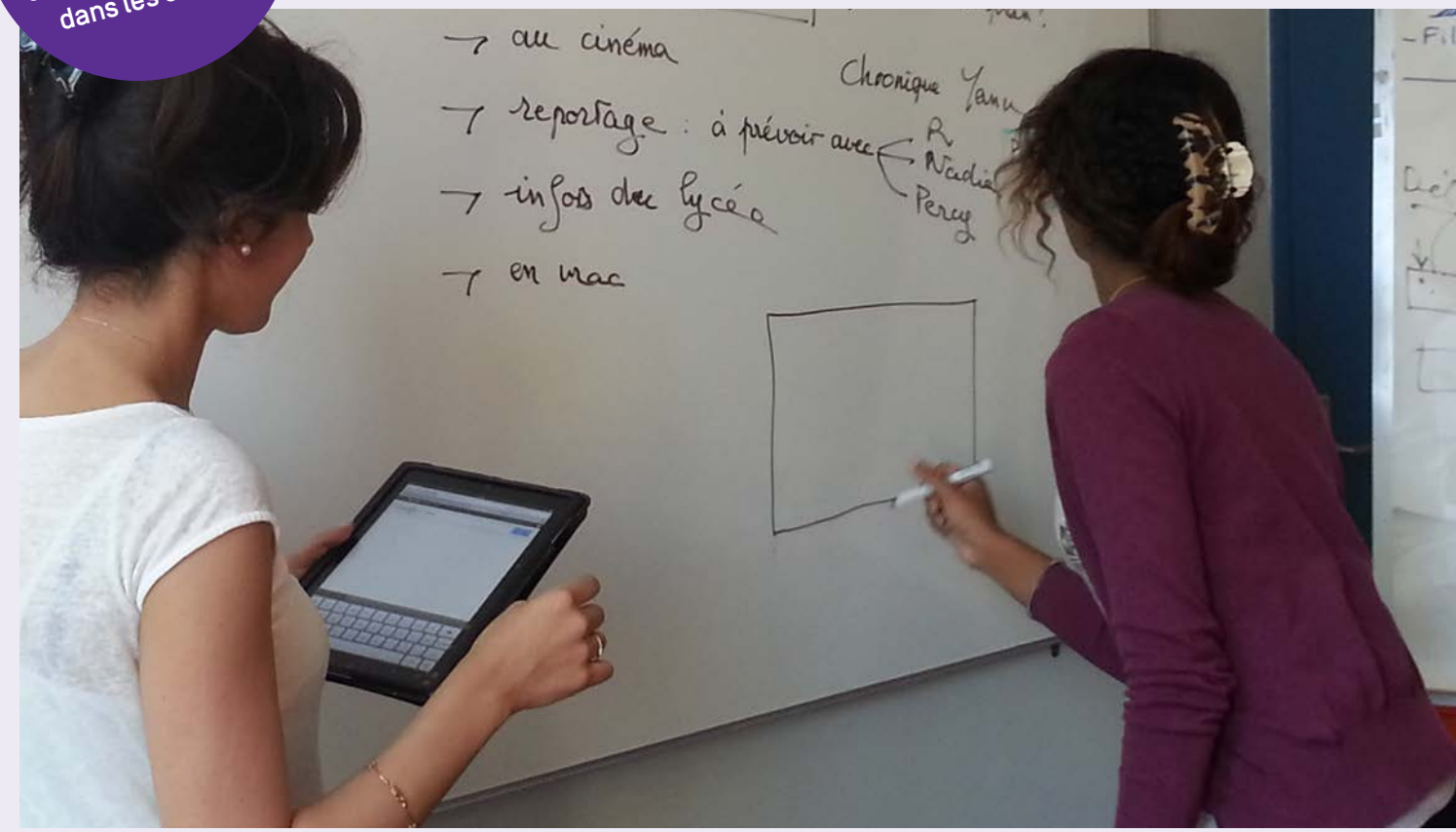
Il appartient à l'enseignant intéressé par cette formation en ligne de vérifier si les parcours « Éducation aux médias » figurent bien au PAF, puis de manifester auprès de son IEN ou de son conseiller pédagogique son souhait d'y être inscrit. Les IEN sont en effet les seuls habilités à définir les priorités de formation pour leur circonscription et à mettre en œuvre les sessions de formation à distance. C'est donc à eux de déterminer lesquels des parcours « Education aux médias » proposés correspondent à la priorité pédagogique qu'ils se sont fixée. Le temps consacré par chaque enseignant à suivre un parcours de formation est comptabilisé dans ses obligations de service.

Une fois inscrit nominativement à l'aide d'un code d'accès qui lui a été communiqué, l'enseignant peut accéder au parcours depuis le lieu de son choix (école, domicile, etc.). Il dispose d'une grande liberté d'organisation pour suivre sa formation. Tout au long de son parcours, il est guidé par des outils d'auto-positionnement, sous la forme notamment d'un « carnet de bord » personnel qu'il est amené à renseigner. Il est également en contact permanent avec l'IEN ou le conseiller pédagogique qui l'accompagne dans son parcours et répond aux questions qu'il pourrait se poser. Au terme de chaque parcours, un questionnaire permet à l'enseignant d'exprimer son avis sur la formation suivie et de contribuer ainsi à en améliorer la qualité.

[1] Les titres des parcours et des séquences ne sont pas définitifs à l'heure où cette brochure est publiée.
[2] www.education.gouv.fr/cid72318/m@gistere-accompagner-la-formation-continue-des-professeurs-des-ecoles.html

CRÉER PUBLIER
Des projets à mettre en pratique dans les classes

JEUNES RÉDACTIONS



Réaliser un journal en milieu scolaire est une activité pédagogique connue de longue date des enseignants désireux de faire apprendre autrement ; il se décline aujourd'hui sous la forme de sites ou de blogs, et même d'objets web d'information dans l'esprit du web-documentaire. Qu'ils soient imprimés ou numériques, les journaux scolaires permettent d'éduquer les élèves aux médias dans une perspective citoyenne et de les exercer à la liberté d'expression et d'opinion. La liberté d'opinion des collégiens et des lycéens est inscrite dans le code de l'éducation : les projets médiatiques sont le cadre privilégié pour en donner les règles et la faire vivre.

QUELQUES PRÉCONISATIONS :

– le média scolaire ne doit pas être instrumentalisé à des fins disciplinaires, mais améliorer les compétences générales des élèves : lire, écrire, compter, s'exprimer, débattre, argumenter, synthétiser, organiser, etc. ;
– il doit être un vrai média, destiné à des lecteurs bien réels avec lesquels engager le dialogue, qui repose sur le fonctionnement collectif d'une équipe de rédaction ;
– sa ligne éditoriale est définie par les élèves, selon leur goût et leurs centres d'intérêt.

Parallèlement à la production de contenus, les élèves observeront avec profit les médias professionnels, source inépuisable d'inspiration (ligne éditoriale, rubriques, genres journalistiques, iconographie, etc.), et découvriront leur fonctionnement (conférence de rédaction, métiers représentés, notion de responsabilité, etc.). Avec le journal en ligne, ils réfléchiront à leurs usages sur la Toile et identifieront les caractéristiques de l'écriture numérique : liens hypertextes, fonctionnalités sociales (par exemple, les commentaires), infographies, nouvelles narrations multimédias.

ÉCOLE
CONCEVOIR UN JOURNAL

• **Plusieurs séances seront nécessaires pour cerner le média à créer et pour que chacun y trouve une place.** L'analyse de la presse professionnelle (imprimée et/ou numérique) servira de point d'appui pour établir une typologie des contenus publiés. Identifier ce qui apparaît dans les pages ou à l'écran : signatures, colonnes, encadrés, couleurs, titres, sous-titres, photographie, dessin, schéma, etc.
Noter ce qui est dit sur le tableau ; introduire quelques mots du lexique journalistique en se référant au « Glossaire des termes de la presse ». Puis rechercher des précisions sur les métiers exercés à partir de la cartographie de l'Observatoire des métiers de la presse ou des ressources de l'Onisep.

• **Proposer aux élèves de choisir les rôles** qu'ils endosseront dans le journal : rédacteur en chef, reporter rédacteur ou photographe, illustrateur, secrétaire de rédaction, maquettiste, animateur de communauté, etc. Prévoir un changement de rôles en cours d'année pour que chacun expérimente une place différente dans le média.

• **Définir les rubriques du journal :** les élèves feront part des sujets qu'ils souhaitent aborder lors d'une discussion collective.

• **Mettre en place une conférence de rédaction régulière.** L'existence de cet espace propice aux débats accentuera la tonalité collective de la publication. L'ouvrir, à l'occasion, à des intervenants extérieurs, journalistes ou lecteurs.

LES REVUES DE PRESSE DU CLEMI

Elles font découvrir l'actualité des publications menées par les écoliers, collégiens et lycéens. « Des nouvelles des élèves » portent sur les blogs, les sites, les webradios et les webTV en milieu scolaire. Chaque année, le CLEMI propose également une revue de presse dans laquelle sont publiés des extraits des journaux scolaires et lycéens reçus au dépôt pédagogique.

www.scoop.it/t/des-nouvelles-des-eleves
http://url.exen.fr/81265

LYCÉENNES, LYCÉENS…

Dans le cadre de la Semaine de la presse et des médias dans l'école, le site d'informations Mediapart offre un espace aux élèves dans lequel ils peuvent réagir à l'actualité sous la forme de commentaires, d'articles, de dessins de presse, de reportages… Une occasion de prendre part à une rédaction géante à travers toute la France.

http://blogs.mediapart.fr/edition/lyceennes-lyceens

COLLÈGE
ENGAGER SON JOURNAL SUR LES RÉSEAUX

• **Grâce aux services du Web social,** le journal imprimé ou en ligne se donnera une présence sur la Toile et diversifiera ses contenus. Le journal imprimé commencera par se doter d'un blog compagnon à nourrir entre les livraisons du journal. Dans tous les cas, observer la manière dont les médias et les journalistes professionnels utilisent les réseaux et médias sociaux ; tenter de définir les règles de l'art en la matière.

• **Communiquer et étendre la diffusion du média :** les réseaux généralistes (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) contribuent à élargir le cercle des lecteurs potentiels. Ils donnent l'occasion de travailler sur l'image du journal, multiplient et facilitent les interactions avec le public. L'animation de communauté pourra faire l'objet d'un travail de groupe qui sollicitera la réactivité, la pertinence, l'originalité du ton. Le cas échéant, s'assurer d'être en possession des autorisations nécessaires pour diffuser des photographies représentant les élèves.

• **Publier des contenus sur des plateformes de partage, puis les intégrer sur son média :** du son avec SoundCloud, réseau apprécié des amateurs de radios et de musique ; de la vidéo sur YouTube, Dailymotion ou autres. Inciter les élèves à proposer une utilisation pertinente de ces réseaux. En intégrant ces contenus sur le blog, rédiger un texte d'introduction, voire un véritable article, pour présenter le sujet au lecteur : résumé, sitographie, durée du module, contexte de réalisation, complément d'écriture, etc.

• **Organiser une veille en relation avec les contenus du journal et la diffuser sur le média :** documenter les sujets selon le principe de la curation de contenu, une pratique consistant à sélectionner, éditer et partager les contenus du Web jugés les plus pertinents sur un sujet donné. L'enrichissement du média par ce biais permettra à certains élèves de mettre en valeur leur intérêt pour un thème (sport, jeux, mode, cuisine…) et d'accroître leur expertise du domaine. L'utilisation de services de curation comme Scoop.it ou Pinterest – dédié aux images –, ou de partage de marque-pages comme Diigo ou Delicious, sera l'occasion de nouvelles compétences pour traiter et organiser l'information.

LYCÉE
RÉFLÉCHIR À LA RESPONSABILITÉ DE PUBLICATION

Le journal des lycéens fait l'objet d'une réglementation spécifique qui leur permet d'exercer, même s'ils sont mineurs, la responsabilité de publication à condition que sa diffusion reste interne à l'établissement.
La réforme du lycée incite fortement les lycéens à s'exercer à la prise de parole publique en profitant des moyens médiatiques à leur disposition. Les enseignants ont un rôle essentiel à jouer dans cette expérience de la liberté d'expression et de publication pour amener les élèves à assurer la responsabilité de publication dans leurs médias.

• **Quel que soit le projet de journal, le désir d'expression des élèves devra rencontrer le besoin d'information de leur public.** Réfléchir ensemble aux liens entre les qualités journalistiques nécessaires et le rôle informatif du média ; proposer aux élèves d'observer puis d'appliquer les principes et techniques journalistiques ; les inviter à dépasser le « premier jet », à « creuser » leurs idées de sujet, à choisir un angle, à identifier des sources d'informations fiables et pertinentes ; les inciter à s'éloigner de l'écriture scolaire.

• **Tout retour de la part des lecteurs sera une occasion d'éducation pour toute l'équipe de rédaction.** L'enseignant encouragera les élèves à prendre en compte les réactions aussi bien positives que négatives ; le débat impliquera tous les membres de la rédaction ; la déontologie sera interrogée, de même que la conformité des contenus du journal avec les lois (droit de la presse, propriété intellectuelle, vie privée, etc.). Au fil des situations rencontrées, l'équipe de rédaction pourra élaborer une charte indiquant les droits et devoirs des journalistes lycéens. Elle s'appuiera sur les chartes professionnelles existantes et sur la charte des journalistes jeunes portée par l'association Jets d'Encre.

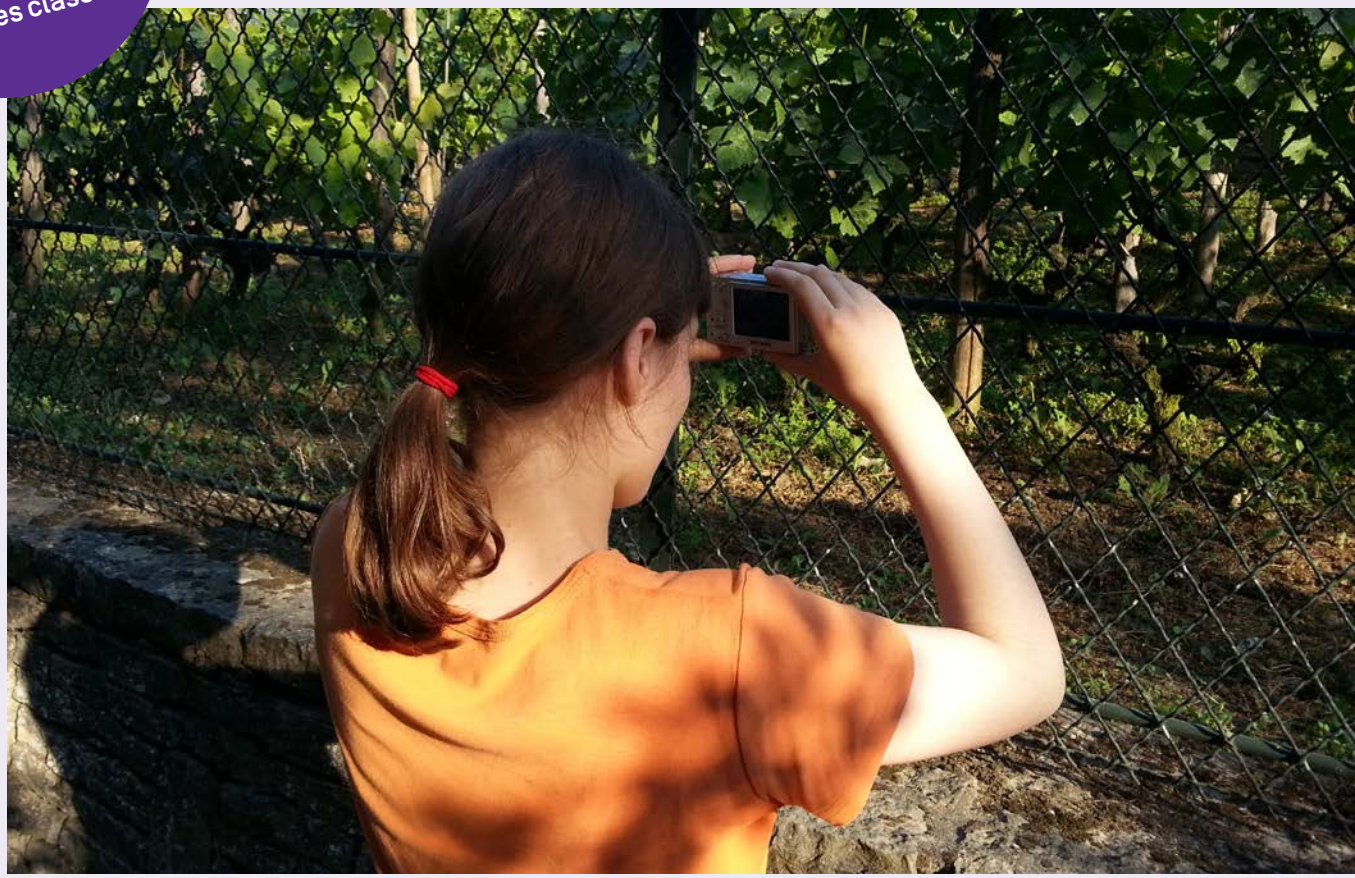
POUR ALLER PLUS LOIN

Le site de l'observatoire des pratiques de presse lycéenne :
www.obs-presse-lyceenne.org

Mise à jour(nalisme), veille assurée par Maxime Vaudano, offre de nombreuses pistes d'observation des pratiques webjournalistiques :
www.scoop.it/t/majournalisme

CRÉER PUBLIER
Des projets à mettre en pratique dans les classes

ENQUÊTES D'IMAGES



Notre culture de l'image connaît un profond bouleversement. Qui aurait cru, il y a encore dix ans, que l'on puisse prendre une photographie avec un téléphone ? Puis, dans la foulée, l'expédier à un ami par Internet ou via un réseau social ? La faire connaître à des dizaines de milliers d'amateurs sur des plateformes de partage ? Aujourd'hui, tout le monde est photographe. Chaque année, nous appuierions près de 380 milliards de fois sur le déclencheur de nos appareils ! En tant que source d'informations, la photographie (et bientôt la vidéo) détrône l'écrit. Sur Internet et dans les réseaux sociaux, les clichés d'amateurs règnent en maître. Dans la presse elle-même, la photographie professionnelle, celle des valeureux photoreporters de jadis, cède du terrain aux pratiques privées, dorénavant affichées aux unes des journaux et des sites.

Les jeunes générations, pour lesquelles le geste photographique est devenu un réflexe courant, ne se privent pas d'alimenter Facebook en « selfies », ces autoportraits saisis à bout de bras, accessoires volatiles d'une théâtralité de soi revendiquée ou inconsciente. Les adolescents s'approprient les photos des autres, les détournent, les transforment et les disséminent sans grand souci de respecter droits et usages. Mais, surtout, la photographie est devenue entre eux l'outil d'un dialogue ininterrompu. Elle est à même de resserrer les liens, parfois même avec d'autres générations ; elle devient signe et tient lieu de message que l'on s'envoie de l'un à l'autre ; elle suscite, enfin, autour de thèmes et de centres d'intérêt sur les réseaux sociaux, des regroupements de passionnés qui entament des commentaires avant d'engager des conversations.

L'école ne saurait plus ignorer l'importance de ces usages déconcertants. Elle se doit même de les intégrer et les faire comprendre dans des pratiques pédagogiques, dont voici quelques exemples.

ÉCOLE
RÉALISER DES CLICHÉS À L'ÉCOLE

• Avec un appareil photo numérique

– photographier les enfants dans différentes situations et activités de la journée. S'attacher à réaliser dans ces prises de vue différents types de plans des enfants (gros plan, plan d'ensemble…) ;

– observer avec eux les clichés réalisés : retrouver les lieux précis où ils ont été pris (dans la cour ? dans la classe ? où exactement ?). Leur faire préciser à chaque fois ce que montre la photo, ce qu'elle ne montre pas ;

– proposer aux élèves de réaliser un reportage photographique sur l'école en choisissant les différents types de lieux, de situations. Prendre soin de leur faire adopter des angles de prises de vue variés. Proposer une réflexion collective sur les clichés réalisés.

• Réaliser cinq clichés dans l'école.

Il s'agit d'encourager les élèves à exercer leur regard, à prendre des photographies à partir d'intentions précises. Après plusieurs manipulations de l'appareil photo ou du téléphone portable, les élèves, par petits groupes, choisiront de photographier un lieu dans l'école : la classe, le couloir, la BCD, la cour… Après plusieurs essais de cadrages à l'aide de caches en carton ou sur l'écran d'ordinateur, ils détermineront le lieu. Une fois ces décisions prises, chaque groupe tentera de réaliser cinq clichés de l'école qui seront regardés, commentés, légendés quelques jours plus tard, puis exposés dans l'école.

RACONTER UNE PHOTO DE PRESSE

Dans le cadre de la Semaine de la presse et des médias dans l'école, les CDDP du réseau Midi-Pyrénées proposent aux élèves de « raconter une photo de presse ». Professeurs et élèves choisissent une photo qui fait l'objet d'un récit, débat ou commentaire sous la forme d'un enregistrement audio d'une durée maximum de 3 minutes. La diffusion se fait sur un audioblog ouvert par le CRDP sur la plateforme Arte Radio.

http://audioblog.arteradio.com/at-radio/frontUser.do?method=getHomePage

VISA POUR L'IMAGE

Chaque année, le Festival international du photojournalisme de Perpignan ouvre ses expositions aux groupes scolaires. En collaboration avec le CLEMI, écoliers, collégiens et lycéens sont invités à les découvrir lors d'une semaine prioritaire, guidés par des professionnels de la photo, de la presse et de l'édition. L'équipe du CLEMI de l'académie de Montpellier organise également un stage de formation à l'intention des enseignants désireux de découvrir l'intérêt du photoreportage dans leur enseignement.

www.visapourlimage.com/festival/education.do

COLLÈGE
S'INTERROGER SUR LES RETOUCHES PHOTO

• **Avec l'aide d'appareils numériques ou de smartphones**, les élèves photographieront certains de leurs camarades. Veiller à ce que les postures choisies soient autant spontanées que stéréotypées, filles et garçons adoptant les poses des mannequins qu'ils ont déjà vus dans la presse.

• **Une fois les photos téléchargées sur les ordinateurs**, travailler les images à l'aide d'outils numériques basiques : une version en couleurs (en veillant à lui donner beaucoup de luminosité) ; une version en noir et blanc contrastée ; une version sépia (à l'aide d'un filtre du style Instagram). Recueillir l'avis des élèves sur chaque version. Quelle est la tonalité qui se dégage de chacune d'elles ? Débattre de l'utilisation possible de ces versions dans le cadre d'une publication : pour quelle sorte de titre de presse, dans quelle rubrique, pour quel lecteur ?

• **Par le collage, le coloriage sur une impression papier,** ou en utilisant un logiciel de retouche – si les ordinateurs le permettent -, altérer ces portraits sans susciter d'effets faciles et gratuits : quelles impressions les élèves éprouvent-ils à voir leur image ainsi modifiée ?

• **Suivre l'évolution d'une photographie sur Internet** et son « adaptation » aux intentions des éditeurs des sites se révèle riche d'enseignements. Choisir préalablement une photo dont la diffusion dans les médias s'est révélée suffisamment importante pour susciter une reconnaissance par le spectateur moyen. Il s'agira, de préférence, d'une photo d'actualité ou du portrait d'une personnalité (politique, artiste, « people »). Avec l'aide de la fonctionnalité « recherche par images » de Google qui permet de retrouver la même image sur différents sites, on recueillera les images altérées sous lesquelles on retrouve la photographie originale, en classant leurs occurrences par type de site. Dégager les motifs qui ont conduit ces photographies à subir les altérations constatées : humour « LOL » propre au Web, caricature, propagande, critique des médias, esthétisation…

• **L'exercice conduira aussi la classe à s'interroger** sur les conditions juridiques dans lesquelles ces photographies ont été réemployées et à sensibiliser les élèves sur les accommodements pris avec le droit d'auteur, le droit à l'image, le droit de la presse (la diffamation, notamment).

LYCÉE
ANALYSER SON REPORTAGE PHOTOGRAPHIQUE

Les élèves profiteront d'un événement pour effectuer un reportage photographique : voyage scolaire, accueil de correspondants, compétition sportive…, de préférence prévisible de manière à pouvoir effectuer un repérage, toujours utile pour déterminer plus facilement les endroits où obtenir les meilleurs angles de vue. Prévoir les autorisations de captation.

• **En classe, sélectionner et ordonner** chronologiquement les photos pour retracer l'événement couvert et ajouter des légendes pour décrire les photos. Faire analyser et critiquer ses photos par les camarades : on pourra employer soit des applications destinées aux annotations (type Skitch de Windows), voire s'appuyer sur le principe des images interactives (comme le logiciel « Images actives » que propose le CRDP de Versailles). S'exercer à la révision des travaux réciproques. Par groupe d'élèves, réordonner chacun un ensemble de 10 ou 15 photos. Observer comment, en en modifiant l'organisation, l'ordre et la relation des unes aux autres, les photos peuvent véhiculer divers types de narration. Établir des liens entre les clichés, réfléchir à la manière dont s'interprètent les relations entre les images et à l'impact éventuel sur le regard du groupe.

• **Concevoir un diaporama.** À partir d'une ou plusieurs séries choisies à l'issue du premier exercice, élaborer un reportage comme une histoire, avec un début, un développement, et une fin, de manière cohérente : même format portrait ou paysage, recherche d'une unité formelle après travail sur les photos sélectionnées (recadrage, retouche, redimensionnement).

• **À l'aide d'un diaporama numérique** (on trouve de nombreux outils en lignes, dont Kizoa, permettant l'ajout de légendes, une piste audio en fond, une personnalisation de la présentation), reconstituer le reportage en s'interrogeant sur le mode de défilement et les transitions les plus appropriés. Mettre le diaporama en ligne.

POUR ALLER PLUS LOIN

CROS (Marguerite), SOULÉ (Yves), *Regarder le monde : le photojournalisme aujourd'hui*, SCEREN-CNDP/CLEMI, coll. « Éducation aux médias », 2011.

GROISON (David), SCHOULER (Angélique), *Prises de vue : décrypter la photo d'actu* et *PhotosChopées : les images disent-elles la vérité ?* Actes Sud Junior, 2012 et 2013.

Images actives, un logiciel libre pour réaliser des images interactives, développé par le CRDP de l'académie de Versailles.
http://images-actives.crdp-versailles.fr

CRÉER PUBLIER
Des projets à mettre en pratique dans les classes

L'INFO PRÈS DE CHEZ SOI

Débarrassons-nous d'une idée reçue : sur Internet, l'information à laquelle le monde entier a accès n'est pas la même pour tous ! Si la Toile est bien le village planétaire qu'on s'imagine, elle s'est également très tôt conformée aux petites sphères locales, et s'est approchée au plus près des internautes et de leurs besoins. À la suite des sites marchands et des moteurs de recherche, qui ont bien compris l'importance d'offrir des services à la carte en fonction de qui vous êtes, d'où vous êtes et du parcours que vous venez d'accomplir sur le Web, les sites d'information se sont adaptés aux attentes de leurs lecteurs et ne cessent de personnaliser leurs offres. L'infomobilité, grâce aux smartphones et aux tablettes, n'a fait que renforcer le phénomène. D'où l'émergence d'une nouvelle forme d'information locale, voire hyperlocale, qui se focalise sur une ville ou même un quartier, et s'intéresse prioritairement à l'info du voisinage. Chaînes de télévision locale, pure players d'info locale, blogs de correspondants de la presse régionale et pages Facebook, se multiplient et associent étroitement les habitants à une démarche participative et souvent citoyenne.

Cette façon de faire, à dire vrai, n'est pas étrangère aux rédactions des journaux scolaires et lycéens qui, depuis longtemps, pratiquent elles aussi le « journalisme hyperlocal ». Les élèves qui y participent activement ont su de longue date créer leur communauté et valoriser les faits de proximité, ceux qui relèvent de la vie de leur établissement ou de leur quartier. Forts de cette expérience, il ne leur reste plus aujourd'hui qu'à s'approprier les nouveaux outils propres à la « culture Internet » pour développer leurs propres médias d'information hyperlocale à l'heure des réseaux sociaux et des outils de géolocalisation. En voici quelques exemples…

ÉCOLE
DÉCOUVRIR ET REPRÉSENTER LE QUARTIER

• **Après avoir fait découvrir aux élèves les logiciels de visualisation de la Terre à partir d'images satellitales** (Google Earth), puis de cartographie numérique (Google Maps), délimiter une zone autour de l'école en faisant décrire puis noter sur le tableau blanc interactif (TBI) les lieux remarquables (rues, école, bâtiments, parcs et jardins…). Les élèves y repéreront leurs domiciles, puis la voie d'accès à l'école qu'ils empruntent. Afin d'approfondir ce travail sur la notion de plan, l'application de Google Street View sera employée avec les plus grands, et à condition qu'elle soit opérante pour le lieu de l'exercice.

MÉDIATISSE TON QUARTIER

À Bruxelles, dans la commune de Schaerbeek, un projet de média sonore forme des habitants à l'enregistrement sonore et recueille auprès d'eux des témoignages et des récits de vie. Mis en ligne sur une plateforme internet présentant une carte du quartier sur laquelle on peut zoomer, podcasts sonores et photos offrent un panorama de l'identité de quartier, ancrée dans les perceptions et les représentations de ses habitants et de ses usagers.

www.mediatissetonquartier.be

RACONTE TA VILLE

Pour les quarante ans de la revue *Diversité*, la délégation Éducation et société de Canopé a proposé à douze classes d'écoles et de collèges d'élaborer un récit réel ou fictif sur leur ville en vue de la réalisation d'un webdocumentaire. Les élèves ont mené, dans une approche interdisciplinaire intégrant les Tice, un travail d'exploration et d'enquête : sorties sur le terrain, interviews, recherche de documents… La délégation E&S envisage de reconduire et d'étendre l'opération, en s'appuyant sur le réseau Canopé, avec la perspective d'impliquer des ateliers d'éducation aux médias dans le cadre des activités périscolaires.

www.cndp.fr/raconte-ta-ville/accueil.html

• **Une série d'informations à retrouver sera soumise aux élèves sur leurs différents parcours :** le prix d'un quotidien, l'horaire de passage le plus matinal du bus, le numéro de téléphone du médecin, les films à l'affiche du cinéma, etc. À l'occasion d'une sortie avec les parents hors du temps scolaire, les élèves noteront sur une feuille et prendront en photo les différents lieux où ils pensent pouvoir trouver l'information.

• **En classe, placer les photographies numériques prises à l'extérieur sur le TBI** en veillant à bien les positionner sur le plan. Puis, sur Internet, utiliser le moteur de recherche pour trouver les sites sur lesquels les élèves trouveront des réponses à leur recherche d'informations. Photos et sites internet seront alors associés sur la représentation du quartier au TBI, complétée au fur et à mesure des recherches. Au fil de l'année, des événements du quartier pourront également être commentés et portés sur le TBI.

COLLÈGE
CRÉER SON MÉDIA LOCAL

• **Recenser et observer les médias locaux propres à la commune où se trouve le collège :** la page du quotidien régional, le journal municipal, des blogs locaux, un pure player d'informations locales, un site culturel local, une station de radio ou une chaîne de télévision locale… Repérer les types de services offerts et les formes sous lesquelles ils sont offerts à leurs usagers : articles, photos, infographies, vidéos, ressources « importées »…

• **Envisager un média d'informations à destination des élèves du collège,** qui complétera les informations contenues sur le site Internet et intranet de l'établissement (il s'agira donc d'en explorer le contenu afin de s'en démarquer). Partir de ce qui semble utile aux élèves (informations pratiques : la météo du lendemain, les horaires des transports en commun ou de la médiathèque, les programmes culturels du voisinage…) et de ce qu'ils souhaiteraient faire concrètement (animer une rubrique « sports », rassembler des « critiques de livres, de films », etc.). En fonction de ces intentions, s'interroger sur la source de l'information désirée : le site de la mairie, des sociétés de transports, des salles de spectacles… Créer un dispositif d'« alertes » (via Google Alertes, par exemple), par lequel un des élèves devient destinataire d'informations nouvelles sur un sujet local.

• **Créer et publier un portail agrégateur de contenus** (Netvibes est un bon exemple) qui recueillera toutes les informations nouvelles sur les fils d'info des sites repérés. Définir les « onglets » comme autant de rubriques que vous voulez créer. Gérer colonnes et modules (ou widgets) de manière à donner une apparence attrayante à ce média local.

LYCÉE
À L'ÉCOUTE DE SON QUARTIER

De nombreux outils de géolocalisation, de prise de son et de Webmapping sont aujourd'hui suffisamment accessibles pour donner lieu à des expériences fructueuses de cartographie sonore de son environnement. Un média social sonore est désormais à la portée des classes qui veulent se lancer dans l'information locale participative.

• **Définir l'aire de couverture de l'espace envisagé :** le quartier, la commune, ou au-delà…, et le thème du travail : recueillir les souvenirs des habitants sur l'histoire du quartier, leurs souhaits sur son avenir, capter des impressions sonores, etc. Découvrir un outil comme Bobler, « média social vocal » (http://bobler.com) : l'enregistrement de courts messages audio et leur géolocalisation sur une carte permettent d'envisager de brefs reportages sonores saisis chez les gens eux-mêmes sans devoir maîtriser une technologie lourde.

• **Préparer les élèves à l'enquête in situ :** poser des questions justes qui appellent des réponses brèves mais complètes ; proposer des images (photos, cartes postales anciennes…) ou des documents, de manière à susciter chez les gens des prises de parole pas toujours aisées et mettre en résonance les lieux et leur histoire. Par groupes munis d'ordinateurs connectés, les élèves partiront sur le terrain réaliser leurs interviews, puis, en classe, mettront en forme leurs podcasts sonores.

• **Un audioguide géolocalisant un circuit** autour de quelques points d'intérêts du quartier, une captation du paysage sonore, voire la réalisation d'un webdocumentaire incluant la « bande sonore » réalisée pourront être envisagés.

POUR ALLER PLUS LOIN

Encore en anglais, LocalWiki offre aux « reporters en herbe » une plateforme complètement ouverte permettant d'agréger toutes les informations d'une ville, d'un quartier ou d'un pâté de maisons.
http://localwiki.org

CRÉER PUBLIER
Des projets à mettre en pratique dans les classes

LA WEBRADIO, PAROLES

La miniaturisation des outils d'enregistrement, la simplification des logiciels de montage et des procédés de diffusion en ligne ont participé à l'essor récent des pratiques radiophoniques en classe. Un micro-casque branché sur l'ordinateur, un smartphone, un enregistreur numérique sont désormais des outils simples d'utilisation. Ce n'était pas le cas dans les années 1980 et 1990, quand on hésitait à sortir des studios et que le montage se faisait encore en coupant et recollant des bandes ! Or, en dépit du progrès technologique accompli, le son des premiers postes à galène n'a pas été égalé par celui que l'on écoute sur des enceintes d'ordinateur, des chaînes hi-fi ou des smartphones. Si les images fixes et animées ont bénéficié de la haute définition numérique et de la révolution 3D, le son à la radio ne dispose pas toujours des bonnes conditions de réception. Compressé au plus bas pour être transporté sur les nouveaux réseaux, il grésille, voire décroche, en bien des circonstances.

Pour autant, les élèves font preuve d'enthousiasme lorsqu'on leur propose d'expérimenter la radio. Pourquoi ? D'abord parce qu'elle est non seulement un média identitaire, partagé entre amis, mais parce qu'elle demeure encore écoutée en famille, au moment du petit-déjeuner ou lors d'un trajet en voiture. Et puis, la radio ressemble aux modes de consommation des jeunes, fondée sur l'interactivité, la proximité, la mobilité, le divertissement. Enfin, elle leur permet de s'exprimer sur des sujets d'actualité auxquels ils tiennent, en leur donnant la possibilité d'être entendu, d'obtenir une reconnaissance publique de leur travail scolaire. La webradio en milieu scolaire apparaît donc comme un révélateur de compétences. Au carrefour de la pratique de l'oral, de celle de l'écrit et de la recherche d'informations, elle met très en avant une compétence souvent délaissée à l'école : l'écoute.

ÉCOLE
L'INTERVIEWER POUR MIEUX SE CONNAÎTRE

• Au choix, s'enregistrer avec le micro intégré dans l'ordinateur portable, un enregistreur numérique ou un smartphone.

– Simuler une série d'interviews en constituant des binômes. Le « journaliste » pose des questions à l'« interviewé » afin de mieux connaître ses goûts, ses activités… Inverser les rôles.

– Écouter collectivement les enregistrements. Les élèves devront réagir à la fois sur ce qu'ils ressentent lorsqu'ils écoutent leur voix pour la première fois, et avancer des remarques sur le débit, le ton exprimé par certains, la théâtralité, la longueur des phrases, la difficulté des questions. Noter toutes les remarques sur le tableau pour constituer une charte du parler à la radio.

• Préparer une interview en direct d'une personnalité de l'école : un(e) autre enseignant(e), un personnel de la cantine, un animateur encadrant, un élu. Les élèves rédigeront préalablement les questions. Une restitution collective consistera à classer les questions selon la nature du questionnement (identité propre, cœur du métier, passion, etc.), puis à sélectionner cinq à huit questions en les reformulant si nécessaire.

Le jour J, l'invité vient en classe et se livre à l'exercice de l'interview enregistré. La captation pourra être mise en ligne sur le site de l'école à condition de bien avoir pris la précaution de faire signer une autorisation d'utilisation de la voix par les parents pour ce projet.

D'ÉLÈVES

LES PODCASTS DE L'ACADÉMIE DE ROUEN

Créée en 2005, cette plateforme pédagogique permet à n'importe quel établissement scolaire de bénéficier d'un espace de publication de ses enregistrements radiophoniques. Ce podcast compte aujourd'hui plus de deux mille reportages ou émissions en ligne, et associe une bonne soixantaine d'établissements (maternelles, écoles, collèges, lycées, universités) qui collaborent plus ou moins régulièrement.

http://podcast.ac-rouen.fr

RADIO-CARTABLE

Depuis 1984, Radio-Cartable, une des premières radios en milieu scolaire créées en France, rassemble les envies et les compétences de plusieurs centaines d'enfants des écoles d'Ivry-sur-Seine (94) pour proposer des émissions sur la bande FM. Mais de la bande FM à la radio sur Internet, il n'y a qu'un pas, et on peut désormais suivre l'actualité de Radio-Cartable sur Twitter !

http://radio-cartable.ouvaton.org

COLLÈGE
S'INTERROGER SUR LE MONTAGE SONORE

• **Débuter les séances par des exercices d'écoute.** Choisir des reportages parmi les nombreux sujets intéressants publiés sur le site d'Arte Radio. Le choix de la qualité du son et de la diversité des pistes sonores (fond, tapis sonore, sonorités permettant de passer d'un récit à l'autre) sera privilégié pour décrypter un reportage.

• **À l'aide d'enregistreurs numériques ou de smartphones, réaliser par groupes des captations sonores dans l'établissement.**
– Un premier groupe se donnera comme objectif de capter les sons environnants du collège (sonnerie, bruit de couloir, restaurant scolaire, portes et chaises en mouvement, bruit de fond…). Le second groupe réalisera un micro-trottoir dans l'enceinte de l'établissement sur un sujet d'actualité auquel les élèves accordent de l'importance.
– S'ils ont été enregistrés par des smartphones, les enregistrements des élèves seront envoyés par mail. Avant l'envoi, il est possible de convertir le format son du smartphone en MP3 pour une meilleure utilisation sur le logiciel de montage Audacity. Un défi qui sera facilement relevé par les élèves, de nombreux convertisseurs étant disponibles sur Internet : voir le site du CLEMI (« *Pour en savoir plus* »).

• **En salle informatique, installer le logiciel de montage libre et gratuit Audacity** (http://audacity.sourceforge.net). Les élèves, par groupe de deux sur chaque poste, assembleront sur une piste le fond sonore composé des captations du premier groupe avec les réponses courtes obtenues par le second groupe. Une variante pédagogique intéressante en éducation aux médias serait de proposer des consignes différentes selon les groupes : mettre en valeur les réponses positives pour certains, négatives pour les autres, et autant de réponses négatives que positives, sans oublier les « sans avis ». Une façon de faire prendre conscience aux élèves de l'importance du montage audio au moment de la restitution pour le grand public. L'interrogation ultime sera : qu'est-ce qu'un « bon » reportage ?

• **Publier sur le site de l'établissement de montage sonore** du micro-trottoir en prenant soin d'obtenir les autorisations d'utilisation des voix des élèves.

LYCÉE
RÉALISER UN « DIRECT »

• **Les événements liés à la vie lycéenne ne manquent pas,** qu'ils se déroulent à l'intérieur de l'établissement comme à l'extérieur : festivals culturels, rencontres associatives, événements éducatifs, etc. Ils constituent autant de lieux qui se prêtent à l'installation d'un studio composé d'enceintes, d'une table de mixage, de trois micros et d'un ordinateur. Prendre contact avec les délégués académiques à la vie lycéenne, souvent prompts à soutenir ces initiatives en matière d'éducation aux médias.

• **Cibler un événement produit soit dans l'enceinte de l'établissement** ou lors d'une manifestation locale. Organiser une conférence de rédaction ayant pour objectif d'identifier les sujets sur lesquels les lycéens veulent débattre à l'occasion de la manifestation. Au fur et à mesure, partir du remue-méninges pour arriver à un fil conducteur précis indiquant de secondes en secondes qui fait quoi et ce qui est lancé à la radio : débat, jingle, musique, générique, interview plateau…

• **Répartir les élèves en leur affectant un rôle :** trois élèves à la technique (table de mixage, ordinateur pour lancer la playlist), deux à trois animateurs dans l'heure de diffusion, une dizaine de chroniqueurs, un assistant communication qui contacte les invités, les reçoit et les place ; deux gestionnaires d'émission qui s'assurent que les chroniqueurs se placent au bon endroit et veillent au déroulé de l'émission grâce au fil conducteur. Des élèves imaginatifs créeront le design sonore (tapis, sons, jingles, identité de la station) et graphique (logo de la station pour l'événement). Avant l'émission, des reporters s'organiseront pour aller capter des témoignages sous la forme de bobines (sons pré-enregistrés) illustrant les chroniques de l'émission.

• **La diffusion pourra s'effectuer à l'intérieur ou à l'extérieur** de l'établissement avec un petit matériel de sonorisation. L'enregistrement pourra être placé sur le site de l'établissement.

POUR ALLER PLUS LOIN

BONNEAU (Éric), COLAVECCHIO (Gérard), *Faire de la radio à l'école : des ondes aux réseaux*, SCEREN, CLEMI, 2013, coll. « Éducation aux médias ».

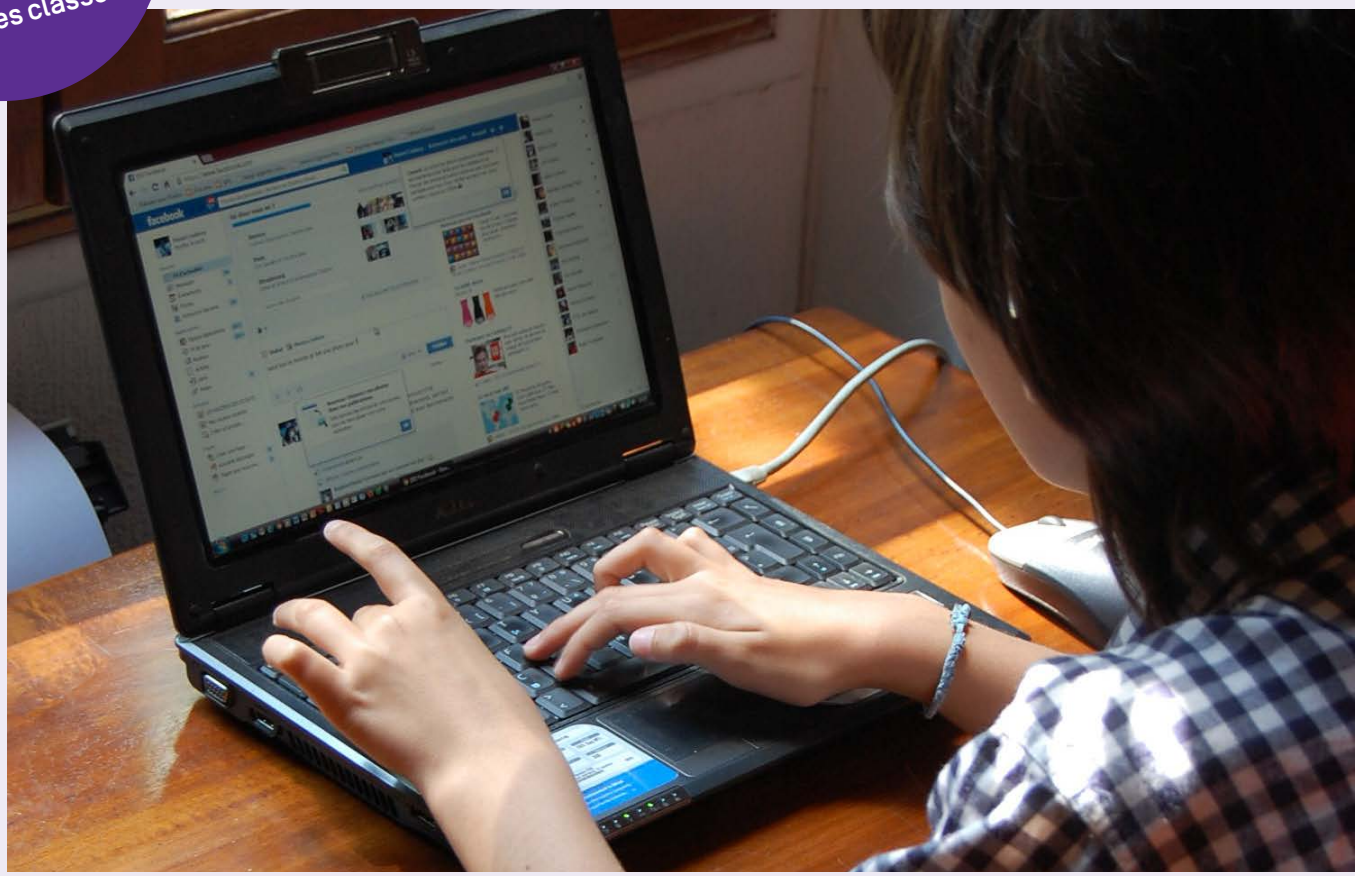
« Utiliser les médias audiovisuels en classe de français », kit pédagogique à destination des professeurs de FLE ou FLS, CLEMI-RFI-TV5 Monde-Ministère des Affaires étrangères, 2010.

Le site du CLEMI est le site de référence sur la radio et la webradio scolaires. On y trouvera des informations sur leur actualité, une carte interactive des stations en milieu scolaire, des prolongements à cet ouvrage ainsi qu'une veille pédagogique, technologique et médiatique, nécessaires à la réalisation des activités radiophoniques.

http://clemi.fr/fr/productions-des-eleves/web-radios/

CRÉER PUBLIER
Des projets à mettre en pratique dans les classes

DES RÉSEAUX POUR S'EXPRI



De nombreux enseignants intègrent les réseaux sociaux à leur pratique pédagogique. Ces usages en classe font écho au formidable engouement des internautes pour le Web social, un engouement à la mesure de ses fonctionnalités toujours renouvelées en matière de communication, d'expression, d'organisation, d'accès à l'information, aux savoirs et à la culture.
Ces expériences montrent que l'appréhension des réseaux socio-numériques conduit les élèves à mieux comprendre l'Internet, espace de culture et de liberté en évolution permanente, et fournissent une entrée pertinente pour s'intéresser à son actualité mouvementée.

Croiser la question des identités numériques façonnées sur les réseaux sociaux amène, en outre, à réfléchir au périmètre de la vie privée sur la Toile en interrogeant sa pratique personnelle. Prendre la parole sur cet espace public d'un nouveau genre sensibilise aux limites de la liberté d'opinion et d'expression, à ses contraintes morales et juridiques et à leur relativité culturelle dans le contexte particulier des réseaux sociaux américains. Contribuer à la constitution du savoir ou à la construction de l'information fait comprendre la puissance de l'intelligence collective et ses fondements démocratiques. Enfin, toute production de contenu sur les réseaux, éveille à la problématique, trop souvent négligée, de la propriété intellectuelle.
Dans le cadre d'une utilisation pédagogique en classe, dont cette double page offre quelques exemples d'activités, les élèves, guidés par l'enseignant, pourront ainsi expérimenter en les pratiquant les bouleversements induits par les technologies de l'information et de la communication, tout en gardant la distance nécessaire pour devenir des acteurs « éclairés » du monde numérique.

ÉCOLE
RACONTER LA CLASSE DE DÉCOUVERTE EN TEMPS RÉEL

• **Un voyage de classe est un moment propice** pour démarrer un projet avec Twitter. Place au journal de tweets en temps réel émis à partir d'un téléphone connecté, via ce réseau social d'information : la classe, initiée au préalable à la « grammaire » de ce média, enverra des messages (140 signes maximum) incluant des photographies, des « hashtags » pertinents (mots-balises repérables par le moteur de recherche de Twitter), et éventuellement des liens pour partager les posts rédigés en parallèle sur le blog de la classe ou d'autres ressources en ligne.

• **Le journal de tweets** sera accessible à partir du moteur de recherche twitter.com/search. Les personnes abonnées au compte recevront les tweets dans leur fil d'actualités et pourront y répondre et/ou les retweeter (faire suivre) à leurs propres abonnés.

• **Présenter en amont le projet aux parents et à l'équipe éducative,** afin de s'assurer de l'accord et de la participation de chacun ; faire signer les autorisations parentales nécessaires pour la publication des photos et des vidéos des élèves.

• **Définir une organisation claire de l'activité :** temps dédiés au recueil des informations à transmettre aux familles, écriture et corrections des messages, individuelle ou en groupe, lectures des réactions sur le réseau, réponses aux messages reçus, choix des rédacteurs, etc.

MER

NOUS TWITTONS ET VOUS ?

Le site « Nous twittons et vous ? » propose de mutualiser les travaux effectués dans le cadre de « twittclasses » et dispense de nombreux conseils dans l'usage pédagogique du réseau social. Il offre également plusieurs annuaires de comptes Twitter utiles pour suivre des fils dans de nombreux domaines.

http://twittezvous.fr

CTOUTNET

Mené par la Mission Tice et le CRDP de l'académie de Versailles, le projet « CToutNet – Citoyen de l'information » repose sur un site de ressources et d'informations qui vise à guider les jeunes vers des usages plus responsables des outils numériques. Il se double d'un kit citoyen où les élèves trouveront notamment un DVD et des plaquettes Mémotice pour les accompagner dans leurs pratiques d'internet.

www.ctoutnet.fr

Dans le prolongement de cette expérience, rechercher des « twittclasses » francophones avec lesquelles échanger ; participer à des dispositifs d'échange mis en place autour de la presse, des mathématiques, du jeu d'échecs ou, mieux encore, inventer ses propres activités pour communiquer avec d'autres.

COLLÈGE
ÉCRIRE SUR L'ENCYCLOPÉDIE LIBRE WIKIPÉDIA

• **L'importante communauté de contributeurs de Wikipédia** collabore à l'élaboration de contenus de manière contrôlée selon différentes modalités et niveaux d'intervention. Un travail d'écriture avec les élèves les plongera dans sa dynamique collaborative unique, inspirée des principes de démocratie participative.

• **Au préalable, interroger les élèves**, à l'aide d'un outil de sondage en ligne, sur leurs manières de s'informer : quand ? où ? avec quoi ? pourquoi ? comment ? ; sur la façon dont ils utilisent Wikipédia : quand ? pourquoi ? comment ? où ? à quel rythme ? ; et, plus précisément, sur la connaissance qu'ils en ont : qui écrit ? sur quoi ? comment ? pourquoi ? où ? Commenter les résultats collectivement. En complément, faire rechercher quelques faits et chiffres communiqués par Wikipédia sur sa page d'accueil.

• **Choisir un article sur un sujet d'actualité abordé en cours,** le lire puis examiner les informations présentées dans les onglets « Discussion » et « Afficher l'historique », qui donnent à voir la manière dont s'organise la contribution sur l'encyclopédie. Repérer les remarques concernant la validation des informations et les labels de qualité ; relever dans des articles les indications d'évaluation : par exemple, « cet article ne cite pas assez ses sources », « à confirmer », « cet article est une ébauche », etc.

• **Wikipédia explicite ses procédures de contribution dans la rubrique « Contribuer » ;** demander aux élèves de l'explorer en détail pour découvrir les modes d'intervention possibles. Selon l'âge et la maturité des élèves, faire entreprendre une recherche complémentaire dans les rubriques explicatives de Wikipédia au sujet de sa « communauté » ; découvrir le rôle des « patrouilleurs » qui repèrent les actes de vandalisme.

• **Modifier un article si une occasion d'amélioration se présente** au cours d'une recherche d'information initiée par l'enseignant : remplacer un terme ambigu, ajouter une photo, apporter une précision, une correction orthographique.

LYCÉE
S'INFORMER AVEC LE RÉSEAU TWITTER

• **Twitter, le réseau de l'actualité en temps réel** est incontournable dans l'écosystème informationnel. Quelques applications permettent de s'interroger sur son flux.

• **Construire une veille d'information sur Twitter.** Créer un compte dédié à la collecte d'informations générales ou thématiques, en lien avec le programme ; s'abonner aux comptes Twitter de médias et de journalistes repérés lors d'une vaste consultation de sites d'information. Engranger de nouveaux abonnements en explorant les profils et les listes des journalistes suivis. Créer vos propres listes thématiques.

• **Fabriquer une « histoire » avec Storify,** application permettant de créer des « récits d'actualité », en mettant en forme de contenus collectés sur les réseaux sociaux et le Web (http://storify.com). Consulter quelques « histoires vedettes » à la une du site, examiner les profils de leurs auteurs. Suivre la visite guidée (« tour ») indiquant les grandes lignes d'utilisation du service. Explorer des récits sur l'actualité nationale en saisissant des requêtes en français dans le moteur de recherche interne. Ouvrir un compte Storify à connecter au compte Twitter de la classe et commencer à créer des histoires à partir de ce qui circule sur ce réseau. Enrichir la narration d'informations annexes : liens hypertextes, ressources via Google (Images, Actualités, etc.), vidéos ou photos (en Creative Commons).

• **Produire un média avec Paper.li,** une application pour fabriquer une revue de presse, sous la forme d'un journal, à partir des informations transitant sur un compte Twitter (http://paper.li). Le tri d'information s'effectue automatiquement à partir des listes d'abonnements sur Twitter, des mots-clés choisis pour préciser les thématiques. Un même compte permet de créer dix journaux, ce qui autorise une exploitation maximale des listes et des thèmes suivis sur Twitter par la classe. Explorer les journaux suggérés par Paper.li pour se familiariser avec ses fonctionnalités et se lancer. Affiner son journal au fur et à mesure de ses livraisons.

POUR ALLER PLUS LOIN

« Utiliser Twitter en classe », Savoirs CDI, janvier 2012.
http://url.exen.fr/81341

Un wikibook pour utiliser « Wikipédia dans la classe ».
http://url.exen.fr/81360

« Jeunesses 2.0 : les pratiques relationnelles au cœur des médias sociaux », Dossier d'actualité de l'Institut français de l'éducation, février 2012.
http://ife.ens-lyon.fr/vst/DA-Veille/71-fevrier-2012.pdf

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION AU COLLÈGE ET AU LYCÉE

1 AU COLLÈGE
THÈMES D'ACTIVITÉS EN RELATION AVEC LES PROGRAMMES

Thèmes des activités	DISCIPLINES ET NIVEAUX	
Médias, bi-médias, multimédias	• Français	**Pour l'ensemble des cycles -** Découvrir et étudier des textes documentaires et des textes de presse
	• Technologie	**3e -** Distinguer les différents types de documents multimédias en fonction de leurs usages
	• Éducation civique	**Cycle central -** Pour exploiter l'actualité, le professeur propose l'étude d'extraits d'articles de journaux, de sites Web...
Infos d'ailleurs	• Éducation civique	**3e -** L'opinion publique et les médias : la diversité et le rôle des médias
	• LVI	**Paliers 1 et 2** - Exploitation de toutes sortes de documents authentiques et actuels (notamment à travers Internet : presse écrite, radiophonique et télévisée...)
Aux sources de l'info	• Histoire-géographie	**Pour l'ensemble des cycles** - Pratique et examen critique des différentes sources du savoir historique
	• Technologie	**Pour l'ensemble des cycles** - S'interroger sur la validité des sources
Sciences et médias	• Français	**Pour l'ensemble des cycles** - Faire découvrir et étudier différentes formes de langages
	• SVT	**Pour l'ensemble des cycles** - Développer une démarche critique vis-à-vis des images et des informations apportées par les médias, sur le monde naturel, les sciences...
Les débats sont ouverts	• Français	**Pour l'ensemble des cycles** - Faire découvrir et étudier différentes formes de langage : ... celui de l'information, de la publicité, de la vie politique et sociale...
	• Éducation civique	**3e** - Thème 3 du programme. Opinion publique et médias
L'information télévisée, d'un écran à l'autre	• Éducation civique	**6e -** Dans le cadre de la Semaine de la presse, connaître un média d'information **Cycle central** - Exploiter l'actualité à partir notamment de documents audiovisuels
	• LVE	**Palier 1** - Exploitation de toutes sortes de documents authentiques et actuels à travers Internet : presse écrite, radiophonique, télévisée (...)
Donner à voir l'info	• Français	**Pour l'ensemble des cycles** - L'image est analysée en tant que langage
	• Histoire-géographie	**6e** - Cartes et images de tous types et à toutes les échelles
De la pub dans les médias	• Français	**6e** - Le professeur fait prendre conscience de l'existence de différents types d'images fixes et animées
	• Arts plastiques	**4e** - Apprendre à construire une image en exploitant les stratégies de communication ; la publicité, la propagande
Veille d'actualité	• Français	**Pour l'ensemble des cycles** - L'élève apprend à se repérer dans cette immense bibliothèque mondiale, à trier et hiérarchiser des informations
	• B2i	**Domaine 4** - S'informer, se documenter
Moi sur la Toile	• Socle commun	**Pilier 4 -** Une attitude de responsabilité dans l'utilisation des outils interactifs **Pilier 6 -** Respect des autres, respect de la vie privée
	• Technologie	**Pour l'ensemble des cycles** - Utiliser l'informatique dans un esprit citoyen respectueux des droits de chacun et de la propriété intellectuelle

DÉCOUVRIR L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS
DANS LES PROGRAMMES DES COLLÈGES

Dans l'enseignement secondaire, les références à l'EMI sont présentes dans de nombreuses disciplines. Au collège comme au lycée, vous pourrez expérimenter des activités envisageables dans le cadre des instructions officielles en vous aidant des tableaux (1 et 2). Les activités présentées ici offrent des exemples d'opportunités pédagogiques, tant du point de vue des acquisitions liées aux disciplines que de celui des compétences sociales et civiques inscrites dans le socle commun. L'ensemble de ces activités seront engagées par et avec les professeurs documentalistes dont la fonction intègre tout naturellement l'éducation aux médias et à l'information (voir p. 48).

2 AU LYCÉE
THÈMES D'ACTIVITÉS EN RELATION AVEC LES PROGRAMMES

Thèmes des activités	DISCIPLINES ET NIVEAUX	
Médias, bi-médias, multimédias	• **ECJS**	**2de** - S'appuyer sur l'histoire et l'actualité
	• **Littérature et société***	**2de** - Donner aux élèves les moyens d'utiliser la presse et les nouveaux médias
Infos d'ailleurs	• **LVE**	**2de** - Utilisation des registres de langues dont la langue journalistique **Bac Pro** - Comprendre les titres des médias étrangers, saisir l'essentiel d'un message publicitaire…
Aux sources de l'info	• **Français**	**Bac Pro 2de** - S'interroger sur le contexte de production d'une information, identifier les sources
	• **Histoire et géographie**	**2de** - S'exercer à une réflexion critique sur les sources de nature différente
	• **Droit et grands enjeux du monde contemporain**	**Terminale (séries L)** - Internet et le droit
Sciences et médias	• **Physique-chimie**	**2de** - Connaissance de l'actualité scientifique
	• **Programme de santé et social**	**2de** - Exploitation d'articles scientifiques de « vulgarisation »
	• **Prévention-Santé-Environnement**	**Bac Pro** - Rechercher, décoder, traiter l'information ; analyser des articles de journaux
Les débats sont ouverts	• **SVT**	**2de** - Comprendre les éléments d'un débat. Manifester un intérêt pour la vie publique
	• **ECJS**	**Terminale** - L'organisation de débats argumentés
L'information télévisée, d'un écran à l'autre	• **Littérature et société***	**2de** - Le journal télévisé : quelle écriture de l'actualité ?
	• **LVE**	**Bac Pro** - Comprendre les grandes lignes d'un journal télévisé
Donner à voir l'info	• **Français**	**2de et 1re (séries L)** - Être capable de lire et d'analyser des images
	• **SES**	**1re SES** - Utilisation de « supports variés »
De la pub dans les médias	• **Arts**	Nombreuses mentions de la publicité dans les programmes
	• **Sciences de gestion**	**Terminale (série STMG)** - Spécialité Mercatique
Veille d'actualité	• **B2i**	**Domaine 4** - Construire une veille numérique en utilisant des outils adaptés
	• **Sciences économiques et sociales**	**1re (série ES)** - Les réseaux sociaux, une forme spécifique de coordination entre acteurs et de sociabilité (réseaux internet)
Moi sur la Toile	• **ECJS**	**2de, 1re** - Réfléchir à l'usage des nouvelles technologies de l'information
	• **Sciences de gestion**	**Terminale (série STMG)** - Identité numérique et image numérique sur les réseaux

* Enseignement d'exploration

DÉCOUVRIR L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS
DANS LES PROGRAMMES DES LYCÉES

MÉDIAS, BI-MÉDIAS, MULTIMÉDIAS…

Les médias sont aujourd'hui engagés dans une mutation numérique et se réinventent avec leurs sites d'information en ligne. L'Internet conditionne des stratégies nouvelles de présentation et de contenu qui visent autant à affirmer leur présence en ligne qu'à bâtir des communautés d'usagers et les séduire par une information multimédia.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Français [1]
- **Pour l'ensemble des cycles** - Découvrir et étudier des textes documentaires et des textes de presse (p. 2).

Technologie [1]
- **6e** - Montrer comment la numérisation de l'information favorise le développement et l'intégration de technologies convergentes (p. 14).
- **3e** - Distinguer les différents types de documents multimédias en fonction de leurs usages (p. 27).

Éducation civique [1]
- **6e** - Dans le cadre de la Semaine de la presse, mener un débat sur des questions d'actualité (p. 15).
- **Cycle central** - Pour exploiter l'actualité, le professeur propose l'étude d'extraits d'articles de journaux, sites Web… (p. 39).
- **3e** - Opinion publique et médias… le rôle d'Internet (p. 55). [2]

Sources : (1) BO spécial n° 6 du 28/08/2008. (2) BO n° 42 du 14/11/2013.

LYCÉE

ECJS [1]
- **2de** - S'appuyer sur l'histoire et l'actualité (p. 3).

LVE [2]
- **2de** - Utilisation des registres de langues dont la langue journalistique (p. 7).

Français Bac Pro [3]
- **2de** - Distinguer information, commentaire, prise de position, s'interroger sur le contexte de production d'une information… (p. 3).

Littérature et société [4]
- **2de** - Donner aux élèves les moyens d'utiliser la presse et les nouveaux médias (p. 6).

Sources : (1) BOHS n°9 du 30/09/2010. (2) BOHS n° 4 du 29/04/2010. (3) BO spécial n° 2 du 19/02/2009. (4) BO spécial n°4 du 29/04/2010.

POUR ALLER PLUS LOIN

Le Guide des sites web d'information, Développement Presse Médias, 2011.

Charon (Jean-Marie), Le Floch (Patrick), La *Presse en ligne*, La Découverte, 2011, coll. « Repères ».

PISTES PROPOSÉES…

AU COLLÈGE

DÉCOUVRIR UN MÉDIA EN LIGNE

Observer la page d'accueil d'un site d'informations national ou régional, comprendre son projet éditorial, identifier ses choix numériques.

- **Analyser au préalable la page des résultats présentés par le moteur de recherche utilisé pour accéder au titre :** description du média, accès à certaines rubriques, actualités du média, autres entrées possibles du média (page Facebook, etc.), de même que les « recherches associées ». Recueillir les premières impressions.
- **Sur la page d'accueil, observer, pour comprendre l'idée de communauté, la dimension sociale du média.** Recenser les propositions adressées à l'internaute pour engager la conversation : s'inscrire à un club, à une lettre d'information, pour commenter, garder le contact via les réseaux sociaux, contribuer sur un forum, fournir des photos, des informations, répondre à des sondages, etc.
- **Dégager le modèle économique du média** en remarquant les mentions relatives aux abonnements ; et plus généralement tout ce qui relève du marketing (autres supports, ventes d'espaces, etc.) et de la publicité (éventuellement le publi-rédactionnel).
- **Recenser les offres d'informations qui se réfèrent à l'actualité « instantanée » et les caractériser :** dépêches AFP, fils Twitter, classement des informations, diaporamas, rubriques spéciales, vidéos, etc.
- **Étudier la navigation dans les contenus** à partir des menus, sous-menus et rubriques ; remarquer que les sites peuvent abriter plusieurs autres sites correspondant à des suppléments imprimés ou pas ; faire remarquer la place spécifique de la vidéo sur les sites d'information des grands médias « traditionnels » : chaîne TV du Figaro.fr, du Télégramme.fr…, complémentarité des médias autour de L'Équipe (un magazine, une chaîne de la TNT, un site).
- **Comparer le site d'information d'un journal avec son édition imprimée du jour.** Recenser les éléments absents de la version papier et faire découvrir leurs raisons d'être : liens hypertextes, boutons de partage et de recommandation, commentaires, forums, blogs, archives, revues du Web, classements des articles, diaporama, vidéos. À l'inverse, noter ce que la version numérique ne propose pas (BD, jeux, articles phares, petites annonces, etc.).

AU LYCÉE

DÉCOUVRIR UN WEBDOCUMENTAIRE

- **Observer l'un d'entre eux, de plus en plus présents sur les sites des médias** (le monde.fr, arte.tv, france5.fr…), pour dégager l'identité éditoriale spécifique de ce nouveau mode d'informer : la narration n'y est plus linéaire, mais sémantique, l'internaute revenant à sa guise à n'importe quel point du documentaire ou visionnant l'intégralité du support en plusieurs fois : comparer avec le mode de lecture d'un livre, d'un film, d'une encyclopédie en ligne…
- **Il intègre également tout type de format dans sa création : rechercher lesquels (photos, textes, illustrations, vidéos, bande-son).** Enfin, il combine souvent séquences linéaires et nouveaux usages d'Internet (liens hypertextes, partage, interactivité), afin de donner une part centrale à l'internaute et recueillir directement son sentiment.

– Comment l'information circule-t-elle dans un webdocumentaire ? On le qualifie parfois de « nouvel horizon du journalisme » : qu'en pensez-vous ?

INFOS D'AILLEURS

La presse des autres pays offre des singularités qu'expriment souvent les Unes des journaux et leurs sites. C'est en outre une excellente façon de prédisposer de jeunes Français à devenir des citoyens du monde.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

DÉCOUVRIR DES SPÉCIFICITÉS NATIONALES À TRAVERS LA PRESSE

- **Se pencher, dans un premier temps, sur la presse européenne francophone.** Retrouver des Unes de différents quotidiens, soit sous forme papier soit en allant sur les sites des journaux respectifs. Les imprimer. Quelles remarques faire sur le choix des titres des journaux ce jour-là ? Y a-t-il des différences, des points communs ? Dans quels domaines ? Quels sont les critères qui semblent présider à ces choix : localisation, proximité, histoire, importance pour une partie de la population… ?
- **Dans un second temps, choisir des journaux issus de pays dont on apprend la langue,** en élargissant chaque fois que possible à des pays de zones géographiques différentes (presse en langue anglaise de Grande-Bretagne, d'Irlande, des États-Unis, du Canada, d'un pays africain anglophone… ; presse en portugais du Portugal, du Brésil, de l'Angola…)
- **Sur un planisphère numérique,** indiquer l'information principale de quelques pays ce jour-là (selon les titres choisis). Constate-t-on de fortes différences ?

AU LYCÉE

APPROCHE DE L'ACTUALITÉ ET DES FAITS DE CIVILISATION D'UN PAYS À L'AUTRE

Les activités du collège seront reprises et approfondies dans le cadre du cours de langue, en vue de dégager la dimension culturelle des choix de l'information. Une meilleure connaissance des langues permettra d'entrer plus finement dans les textes et dans les rubriques.

- **Comparer Unes et pages d'accueil de journaux d'un même pays.** En fonction du niveau de la classe, les traductions des titres pourront être partielles ou totales. Observer les gros titres des publications, puis les accroches et les légendes afin de dégager les unités de sens qu'ils contiennent et amener les élèves à avancer des hypothèses sur la ligne éditoriale des journaux et le lectorat auquel ils s'adressent. Vérifier la similitude des titres sur le site du journal. Dans le cadre d'un travail sur une langue en particulier, expliquer le vocabulaire difficile, surtout les jeux de mots, les phrases nominales, les métaphores, les effets de style, le rôle de la ponctuation, de manière à dégager quelques usages linguistiques ou procédés propres à chaque média national. Interroger le niveau de langue (vocabulaire populaire, savant, etc.). Par une mise en commun des observations, esquisser un classement des titres en fonction de leur degré d'informativité.
- **Observer les images de Unes et des sites.** Ont-elles une place équivalente ? Trouve-t-on des photos identiques dans plusieurs journaux ? Si oui, comparer les légendes proposées.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Français [1]
- **Pour l'ensemble des cycles** - Faire découvrir et étudier différentes formes de langage : … celui de l'information, de la publicité, de la vie politique et sociale… et des textes de presse (p. 2).

Éducation civique [1]
- **6e** - Dans le cadre de la Semaine de la presse, mener un débat sur des questions d'actualité (p. 15).
- **5e** - Répondre aux questions que l'actualité peut susciter de la part des élèves (p. 25).
- **3e** – L'opinion publique et les médias : la diversité et le rôle des médias (p. 55) [2]

LVI [3]
- **3e**

- Palier 1 - Exploitation de documents authentiques (son, images, vidéo) et actuels (notamment à travers Internet : presse écrite, radiophonique et télévisée…) (p. 8).
- Palier 2 - Mettre l'élève en contact avec des textes de nature et difficultés variées, issus de sources très diverses (… presse) (p. 27).

Sources : (1) BO spécial n° 6 du 28/08/2008.
(2) BO n° 42 du 14/11/2013. (3) BOHS n° 7 du 26/04/2007.

LYCÉE

ECJS - Éducation civique [1]
- **2de** - S'appuyer sur l'Histoire et l'actualité ; constituer un dossier de presse (p. 3 et 4).
- **CAP** [2] - Un grand événement à partir de la une des journaux (p. 4).

LVE
- **2de** [3] - Utilisation des registres de langues dont la langue journalistique (p. 7).
- **Bac Pro** [4] - Comprendre les titres des médias étrangers, saisir l'essentiel d'un message publicitaire… (p. 8).

Littérature et société [5]
- **2de** - Faire réfléchir les élèves à la place et au rôle des médias dans la société (p.5).

Sources : (1) BOHS n° 9 du 30/09/2010.
(2) BO n° 8 du 25/02/2010. (3) BOHS n° 4 du 29/04/2010.
(4) BO spécial n° 2 du 19/02/2009.
(5) BO spécial n° 4 du 29/04/2010.

POUR ALLER PLUS LOIN

Gillot (Marion), *Les Dessous de la presse*, Gulf Stream, 2012, coll. « Et toc ! ».

100 Unes d'Europe avec Courrier international, un CD-ROM qui présente les Unes de quotidiens de 26 pays de l'Union européenne datées du 1er octobre 2008.

www.cddp95.ac-versailles.fr/toutes-les-ressources/education-aux-medias-et-a-l-image/article/100-unes-d-europe-avec-courrier

AUX SOURCES DE L'INFO

Avant de publier une nouvelle, de réaliser un reportage télévisé ou radiophonique, le journaliste se doit de vérifier et recouper ses informations. Mais il est parfois difficile d'apprécier exactement la crédibilité de certaines sources : certains informateurs ne souhaitent pas être cités et la référence explicite de l'origine de l'information n'est pas toujours donnée. Sur Internet, l'abondance des informations diffusées et la multiplicité des émetteurs rendent le repérage et l'origine de ces sources d'autant plus nécessaires.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Histoire-géographie [1]
- **Pour l'ensemble des cycles**

- Pratique et examen critique des différentes sources du savoir historique (identification, contextualisation, extraction des informations ou idées essentielles, confrontation avec d'autres sources…) (p. 2).

Technologie [1]
- **Pour l'ensemble des cycles**

- La recherche de documents en ligne permet, comme dans d'autres matières et en collaboration avec les professeurs documentalistes, de s'interroger sur les critères de classement de moteurs utilisés, sur la validité des sources, d'effectuer une sélection des données pertinentes (p. 5).
- **5e** - Identifier les sources (auteur, date, titre, liens vers les ressources) (p. 19).

Source : (1) BO spécial n° 6 du 28/08/2008.

LYCÉE

Droit et grands enjeux du monde contemporain [1]
- **Terminale (série L)** - Internet et le droit (p. 37).

Français[2]
- **Bac Pro 2de** - S'interroger sur le contexte de production d'une information, identifier les sources (p. 3).

Histoire et géographie[3]
- **2de** - Permettre aux élèves de s'exercer à une réflexion critique sur les sources de nature différente (p.3).

Littérature et société [3]
- **2de** - Travailler sur les messages médiatiques. Par ex, la circulation de l'information et les réseaux sociaux (p. 5).

LVE [4]
- **1re, Terminale** - Synthétiser des informations de sources diverses (B2).

Sources : (1) BO n° 8 du 13/10/2011.
(2) BO spécial n° 2 du 19/02/2009.
(3) BO spécial n° 4 du 29/04/2010.
(4) BO spécial n° 9 du 30/09/2010.

POUR ALLER PLUS LOIN

ANTHEAUME (Alice), *Le Journalisme numérique*, Les presses de Sciences Po, 2013.

CASTERAN (Claude), *Aux sources de l'info*, Actes Sud Junior/AFP, 2013.

PISTES PROPOSÉES…

AU COLLÈGE

REPÉRER LA MISE EN SCÈNE ET LA CIRCULATION DE LA PAROLE AU SEIN DES MÉDIAS

- **Repérer dans des médias écrits, télévisuels ou en ligne, si les articles, les reportages ou contributions sont signés :** peut-on identifier de qui il s'agit (journalistes, correspondants, agences, autres) ? Au sein des articles ou reportages, peut-on retrouver les origines des informations : associations, gouvernements, institutions, entreprises… Observer les chiffres, les statistiques : quelles en sont les sources ? Les modes de représentation graphique choisis (cartes, schémas…) : peut-on établir leur degré de fiabilité ? Noter les personnes éventuellement citées, d'où tirent-ils leurs propos (déclarations, communiqués, conférences de presse, interviews) ?

- **Dresser un tableau des différentes sources repérées :** les officielles, non officielles, témoignages, rumeurs, etc. Le journaliste fait-il usage des prépositions « selon », « d'après » ? Les verbes sont-ils au conditionnel ? Quelles sont les sources des photos (photojournalistes, agences, montages, témoins…) ? Dans les reportages télévisés, noter la source des images (reporter d'images, agence spécialisée, témoin de l'événement…).

- **Prendre conscience des sources des documents diffusés sur Internet.**
Repérer l'origine du document : le site, l'adresse, la source des images. Isoler le ou les suffixes du nom de domaine (.fr, .com, .net, etc.). Émettre des hypothèses sur la nature des documents, sur la nature de l'émetteur (entreprise, association, gouvernement…), sur ses intentions (vendre, communiquer, informer, aider, militer…), sur le pays d'implantation du site. Y a-t-il dans les documents rencontrés des éléments qui permettent de connaître la qualité des auteurs (journaliste, chercheur, témoin…) ? Quelles conclusions tirer sur la fiabilité des sources ?

AU LYCÉE

PRENDRE CONSCIENCE DE LA DIVERSITÉ DES SOURCES SUR UN MÊME ÉVÉNEMENT

- **Constituer un dossier de presse imprimé ou en ligne sur un événement.**
Noter les sources : le titre du journal, la date, le nom de la rubrique, le ou les titres des articles consacrés au sujet dans chacun des journaux. Quelles sont les sources citées dans le corps du texte ? Sont-elles identiques ? Analyser chaque article à partir des questions : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ? Y a-t-il des informations divergentes ? Trouve-t-on des informations supplémentaires apportées par certains articles ? Montrer éventuellement comment la diversité des sources peut jouer sur la perception de l'événement.

- **Analyser les informations diffusées sur les réseaux sociaux.**
À propos d'un même événement qui vient d'avoir lieu, collecter de nombreuses informations sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram…) via leur moteur de recherche ; observer la manière dont ces informations sont reprises, voire altérées. S'interroger sur la nature de ces informations : sont-elles diffusées avec les mêmes précautions et dans les mêmes règles d'usage que les dépêches dont se servent les médias d'information ? Constater que les sujets les plus diffusés en ligne ne sont pas ceux qui font la une des médias traditionnels ; observer la part des informations locales diffusées, tous les réseaux sociaux ne parlent pas de la même chose. Opposer et critiquer les avantages et les inconvénients de ce type d'informations « immédiates ». Chaque citoyen usager de ces réseaux sociaux peut-il être un « journaliste collaboratif » ?

SCIENCES ET MÉDIAS

À bien y regarder, le discours scientifique et l'information journalistique partagent des exigences communes : objectivation des faits, description de la réalité la plus juste possible, vérification des sources… Or les sciences n'ont pas toujours la part belle dans les médias où leur vulgarisation s'efface derrière le sensationnel et où abondent de soi-disant vérités. D'où la nécessité, en classe, d'exercer son esprit critique afin de discerner le grain de l'ivraie.

PISTES PROPOSÉES…

AU COLLÈGE

AMORCER LA NOTION D'INFORMATION SCIENTIFIQUE DANS LES MÉDIAS

- **Mener une expérience en classe** est une chose, la transmettre en est une autre. Désigner quelques élèves qui, hors de la classe, assisteront à une expérience plus ou moins complexe, minutieusement décrite par l'enseignant dans son déroulé : après l'avoir attentivement observée, les uns la décriront par écrit, d'autres le feront oralement auprès de leurs camarades en classe, d'autres enfin prendront des photos qu'ils légenderont. Une fois dans la classe, les trois groupes présenteront leur travail. Quel groupe s'est révélé le mieux à même de transmettre l'information ? Pourquoi ? Dégager les éléments qui ont permis la bonne transmission du fait scientifique : usage d'un vocabulaire spécifique, adaptation du langage à son public, mise en représentation imagée de l'expérience… Comment l'expérience aurait-elle pu être expliquée de manière plus intelligible ?
- **Étudier quelques rubriques dans les médias dans lesquelles sont décrites des expériences :** un article d'un magazine scientifique pour la jeunesse, une séquence de l'émission télévisée *C'est pas sorcier*, une page d'un site en ligne de vulgarisation scientifique. Comment chacune d'elles met-elle en scène l'expérience ? Quels sont les avantages et les inconvénients de chacun des outils propres à ces médias pour transmettre une information scientifique ? Introduire la notion de point de vue.
- **Au sein de la rubrique « Sciences » de certains médias, on trouve des données très éclatées : médecine, santé, technique, chimie, archéologie, psychologie…** Pour quel type d'information utilise-t-on le plus d'images ? Quelles sont-elles (schéma, animation, photo, image vidéo, image de synthèse) ? Comment sont-elles réalisées ? Que montrent-elles ? Que proposent-elles sur ces sujets : information, découverte, solidarité, catastrophe… ? Y a-t-il des domaines scientifiques inexistants dans les médias classiques d'informations générales ? Lesquels ? Pourquoi ?

AU LYCÉE

ABORDER LA MÉDIATISATION D'UNE CONTROVERSE SCIENTIFIQUE

- **Repérer dans différents médias quelques sujets scientifiques dont l'approche est plurielle ou qui suscitent la controverse.** S'interroger sur la nature de ces sujets (les biotechnologies, le réchauffement climatique, l'énergie nucléaire…) et sur les raisons pour lesquelles ces sujets font débat dans la communauté scientifique en particulier, et dans la société en général. Relever et analyser quelques titres dans la presse scientifique qui montre la volonté de défaire le lecteur/spectateur de ses certitudes, de bouleverser des vérités établies, de défendre des intérêts ou de faire sensation.
- **À travers des films, des articles scientifiques,** s'attacher plus particulièrement à comparer, dans le type de traitement, la spécificité des discours produits et les différentes sources utilisées : Qui parle : journaliste spécialisé, expert, institution, quels sont les arguments présentés… Certains discours scientifiques relèvent plus de la communication d'entreprise que de l'information journalistique : comment y apparaît le « commanditaire » (laboratoire, groupement d'intérêts, entreprise industrielle…) ? Comment cette communication revêt-elle les formes du discours scientifique ?
- **Demander à un groupe d'élèves de rédiger un article** rapportant différents points de vue à partir d'une information scientifique prêtant à controverse en identifiant clairement les sources à l'origine de l'information et en distinguant précisément l'exposé des faits et leurs commentaires.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Français [1]
- **Pour l'ensemble des cycles** - Faire découvrir et étudier différentes formes de langage (p. 2).

SVT [1]
- **Pour l'ensemble des cycles** - Développer une démarche critique vis-à-vis des images et des informations apportées par les médias, sur le monde naturel, les sciences… (p. 9).

Source : (1) BO spécial n° 6 du 28/08/2008.

LYCÉE

Physique-chimie [1]
- **2de** - Connaissance de l'actualité scientifique (p. 2).

Programme de santé et social [1]
- **2de** - Exploitation d'articles scientifiques de « vulgarisation », de supports médiatiques (p.4).

Prévention-Santé-Environnement [2]
- **Bac Pro** - Rechercher, décoder, traiter l'information ; analyser des articles de journaux (p. 2 et 10).

Sources : (1) BO spécial n°4 du 29/04/2010.
(2) BO n° 30 du 23/07/2009.

POUR ALLER PLUS LOIN

Les émissions *C'est pas sorcier* sont encore disponibles sur le site : www.france3.fr/emissions/c-est-pas-sorcier

Universcience.TV, la webTV scientifique hebdomadaire de la Cité des sciences et de l'industrie et du Palais de la découverte. www.universcience.tv

MARCHETTI (Dominique), *Quand la santé devient médiatique. Les logiques de production de l'information dans la presse*, PUG, 2010.

LES DÉBATS SONT OUVERTS

Les débats sont présents dans tous les types de médias au travers des éditoriaux et de certaines rubriques. Ils sont une composante de l'information télévisée et radiophonique. À partir de sujets politiques, culturels et sociaux, ils proposent la confrontation d'opinions. Ils relèvent d'un genre, avec ses mises en scène et ses protagonistes. Aujourd'hui, Internet repositionne la place des débats et de leurs acteurs.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Français [1]
- **Pour l'ensemble des cycles** - Faire découvrir et étudier différentes formes de langage : … celui de l'information, de la publicité, de la vie politique et sociale… et des textes de presse (p. 2).
- **3e** - Privilégier l'étude de l'image comme engagement et comme représentation de soi. Développer la fonction argumentative de l'image… (p. 12).

Éducation civique [2]
- **3e** - Thème 3 du programme. Opinion publique et médias : partir des questions d'actualité prises dans la vie politique et sociale (p. 55).

Sources : (1) BO spécial n° 6 du 28/08/2008.
(2) BO n° 42 du 14/11/2013.

LYCÉE

SVT [1]
- **2de** - Comprendre les éléments d'un débat. Manifester un intérêt pour la vie publique (p. 11)

Littérature et société [1]
- **2de** - Faire découvrir aux élèves différentes formes de la parole publique, ex : décryptage du débat télévisé (p. 6).

Français
- **2de, 1re L** [2] **et séries technologiques** [3] Chapitre « L'éducation aux médias ». Les « questions d'énonciation » dans les textes, les discours et les dispositifs médiatiques.
- **Bac Pro Terminale** [4] - Comprendre comment la mise en scène de la parole contribue à son efficacité… [plateaux de télévision, tribunes politiques…] (p. 11).

ECJS [5]
- **Terminale** - L'organisation de débats argumentés (p. 4).

Sources : (1) BO spécial n°4 du 29/04/2010.
(2) BO spécial n° 9 du 30/09/2010.
(3) BO spécial n° 3 du 17/03/2011.
(4) BO spécial n° 2 du 19/02/2009.
(5) BO n° 8 du 13/10/2011.

POUR ALLER PLUS LOIN

VILLENEUVE (Gaël), *Les Débats télévisés en 36 questions-réponses*, Presses universitaires de Grenoble, 2013.

« Le débat en classe », une mallette pédagogique pour favoriser la pratique du débat argumenté à partir d'articles du site 1jour1actu, Milan Presse, 2012.

PISTES PROPOSÉES…

AU COLLÈGE

ÉTABLIR UNE TYPOLOGIE DES SOURCES ET S'INTERROGER SUR LEUR FIABILITÉ

- **Point de vue et opinion dans la presse écrite.** Retrouver sur un même événement : les articles qui relatent les faits ; ceux qui donnent à voir, à sentir et ressentir les faits ; ceux qui expliquent les faits ; ceux qui commentent l'événement. Étudier la construction de chaque article. Rechercher parmi les articles proposés les opinions et points de vue exprimés.
- **Comparer, entre les journaux papier et ceux en ligne, les espaces ouverts aux débats.** Retrouve-t-on les mêmes rubriques ? En quoi sont-elles différentes ? Qui s'exprime ?
- **Étudier les formes du débat télévisuel (mise en scène et prise de parole).** Décrire le plateau (décor, dispositif scénique), l'animateur (place, gestuelle), les invités. Observer les interventions de l'animateur (journaliste ou non). Quels types de questions pose-t-il ? Comment est régulé le débat ? Les autres participants : qui parle, combien de temps et comment (langage, ton) ? Quel est le statut des différents intervenants, leur qualification sociale ? La circulation de la parole : la parole est-elle donnée par l'animateur ou prise de manière spontanée par les participants, les invités ou le public ? Quel est le ton du débat : agressif, courtois ?

AU LYCÉE

EN QUOI LES DÉBATS AU SEIN DES MÉDIAS CONTRIBUENT-ILS À ALIMENTER LES DÉBATS DANS LA SOCIÉTÉ ?

- **Dans la presse écrite.** Repérer les pages qui présentent des débats ou des prises de position sur une question d'actualité. Analyser les procédés argumentatifs des auteurs pour faire partager leur point de vue. Noter *où* et *comment* le fait commenté est rappelé dans le corps du texte. Distinguer *les arguments rationnels* mis en avant (rappel d'éléments de contextes politiques, économiques et/ou recours à des observations…), *les stratégies de persuasion* utilisées.
- **À la télévision.** Analyser la structure d'une émission de débat : titre de l'émission, référence à un genre télévisuel particulier (journal télévisé, reportage), est-il en direct ou en différé ? Étudier le sujet proposé (économique, social, politique, fait divers…). Y a-t-il une construction logique dans le déroulement de l'émission (introduction, thèse, antithèse, conclusion) ? Une construction théâtrale (exposition, nœud, crise, péripétie, dénouement) ? Y a-t-il des synthèses, des conclusions ou une juxtaposition de paroles ?
- **Sur Internet.** Repérer les différents lieux de débats (forums, chats, sites, MSN, blogs…) et leurs modalités. De quels types de questions s'agit-il ? Quelle place occupent les différents intervenants dans ces débats ?
- **Sur les réseaux sociaux.** En s'appuyant sur des controverses récentes évoquées dans la presse, débattre des limites des débats engagés au sein de la communauté d'un réseau social et dégager les raisons de ces limites (anonymat, brièveté de l'expression de l'opinion sujette à mésinterprétation, réactivité sans recul…).
- **S'interroger sur la place et la fonction** des médiateurs (dans la presse écrite et dans l'audiovisuel) et des modérateurs (sur les sites Internet) et sur la manière dont chacun d'eux gère la tenue d'un débat en cours.

L'INFORMATION TÉLÉVISÉE, D'UN ÉCRAN À L'AUTRE

À l'époque où le téléspectateur se dote de multiples écrans, l'information télévisée se réinvente. Le sacro-saint « journal de 20 heures » n'est sans doute pas en passe de disparaître, mais il lui faut dorénavant de l'interaction, du partage, des réactions, des échanges, via le « second écran » et bientôt la télévision connectée.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

DÉCOUVRIR UN JOURNAL TÉLÉVISÉ DANS TOUTES SES DIMENSIONS

- **Sachant que le générique du début d'un journal télévisé s'efforce d'illustrer la conception qu'une chaîne se fait de l'information, comparer les génériques de plusieurs JT :** types d'images, de sons, enchaînements et couleurs… En dégager les intentions des concepteurs.
- **Travailler la structure du journal télévisé :** choix, hiérarchisation. Visionner des journaux d'une même journée sur des chaînes différentes. Repérer les sujets et leur ordre d'apparition. Sont-ils les mêmes sur toutes les chaînes ? Noter les différences ou similitudes.
- **Étudier la structure d'un reportage.** Visionner un reportage sans la bande-son. Repérer les indices qui permettent d'identifier les événements, les faits. Émettre des hypothèses. Visionner le reportage avec le son. Quel est son rôle : informations supplémentaires, émotion, dramatisation… ? Définir le rôle des images : donnent-elles plus de réalité, de compréhension, de crédibilité aux faits ? Jouent-elles un rôle émotionnel ou ne sont-elles que des redondances ou de simples illustrations ?

AU LYCÉE

ABORDER LES AUTRES FORMES DE L'INFORMATION TÉLÉVISÉE

- **Étudier le mode de fonctionnement des chaînes d'information en continu** et opposer leurs inconvénients (une simplification caricaturale des faits, une accélération des informations, un manque de profondeur d'analyse ou de vérifications factuelles élémentaires…) et leurs avantages (une réactivité à l'événement, une mise en débat permanent sur des sujets problématiques, un lien social utile et une vitalisation du pluralisme de l'information…).
- **Recenser les formes sous lesquelles un reportage d'un journal télévisé peut être revu et développé au-delà de sa programmation dans le flux télévisuel à 13 heures ou 20 heures :** comment apparaît-il enrichi sur Internet, sur un smartphone, sur une tablette ? Observer notamment les sites d'informations de TF1 (MyTF1News) et France 2 (FranceTVinfo) : comment fonctionne le « live » qui réactualise l'information en permanence ? Quel est le rôle des réseaux sociaux, et notamment de Twitter, dans cet enrichissement de l'information télévisée ? Comment invite-t-on le téléspectateur-internaute à participer au développement de l'information en ligne et à contribuer au partage de cette information ?

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Éducation civique [1]
- **6e** - Dans le cadre de la Semaine de la presse, connaître un média d'information (p. 15).
- **Cycle central** - Exploiter l'actualité en fonction du programme (p. 39).
- **3e** - Opinion publique et médias… la diversité et le rôle des médias (p. 55). [2]

Arts plastiques [1]
- **5e** - Différencier les images artistiques des images de communication et des images documentaires (p. 8).

LVE [3]
- **Palier 1** - Exploitation de documents authentiques et actuels (notamment à travers Internet : presse écrite, radiophonique, et télévisée…) (p. 8).

Sources : (1) BO spécial n° 6 du 28/08/2008.
(2) BO n° 42 du 14/11/2013. (3) BOHS n° 7 du 26/04/2007.

LYCÉE

Littérature et société [1]
- **2de** - Le journal télévisé : quelle écriture de l'actualité ? (p. 6).

LVE [2]
- **Bac Pro** - Comprendre les grandes lignes d'un journal télévisé (p. 3).

Français [2]
- **Bac Pro 2de** - S'intéresser à l'actualité, lire la presse, regarder un journal télévisé… (p. 3).

Enseignement scientifique [3]
- **1re L et ES** - Utiliser des arguments scientifiques pour confirmer ou infirmer certaines affirmations véhiculées dans les médias.

Histoire-géographie [4]
- **Terminale (séries L et ES)** - Médias et opinions publiques (p. 13).

Sources : (1) BO spécial n° 4 du 29/04/2010.
(2) BO spécial n° 2 du 19/02/2009.
(3) BO spécial n°9 du 30/09/2010.
(4) BO n° 42 du 14/11/2013.

POUR ALLER PLUS LOIN

LANCIEN (Thierry), *Le Journal télévisé : de l'événement à sa représentation*, Presses universitaires de Bordeaux, 2011.

LOCHARD (Guy), *L'Information télévisée : mutations professionnelles et enjeux citoyens*, Vuibert/ INA/ CLEMI, 2005, coll. « Comprendre les médias ».

DONNER À VOIR L'INFO

Dans de nombreux médias, le recours à l'infographie permet de faciliter la compréhension d'informations complexes ou s'appuyant sur des données chiffrées (résultats électoraux, données économiques, conclusions d'enquêtes). La mise en images des informations doit permettre d'en saisir d'un coup d'œil les faits saillants.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Français [1]
- **Pour l'ensemble des cycles** - L'image est analysée en tant que langage. Faire percevoir aux élèves, que les images sont des représentations porteuses de sens… (p. 3).

Histoire-géographie [1]
- **6e** - *« Les élèves manient cartes et images de tous types et à toutes les échelles en utilisant les ressources fournies par les technologies de l'information et de la communication »* (p. 11).

Source : (1) BO spécial n° 6 du 28/08/2008.

LYCÉE

Littérature et société [1]
- **2de** - Images et langage : donner à voir ; étudier les différents statuts de l'image, les différents types de relations entre textes et images (p. 2).

Français
- **2de et 1re L** [2] Être capable de lire et d'analyser des images.
- **Bac Pro 2de** [3] - Adapter dans l'approche du texte et de l'image, son attitude au support utilisé et à la finalité de la lecture (p. 3).

SES [4]
- **1re ES** - Utilisation de « supports variés » ; recours aux techniques de l'information et de la communication.

Arts plastiques [2]
- **Cycle terminal** - Mention de l'infographie et de la vidéo comme mode d'expression (p. 53).

Sources : (1) BO spécial n° 4 du 29/04/2010. (2) BO spécial n° 9 du 30/09/2010. (3) BO spécial n° 2 du 19/02/2009. (4) BO n° 42 du 14/11/2013.

POUR ALLER PLUS LOIN

Le service Infographie de l'Agence France presse : www.afp.com/fr/professionnels/services/infographie

Des sites pour créer des infographies : www.blogdumoderateur.com/creer-une-infographie/

PISTES PROPOSÉES…

AU COLLÈGE

LIRE UNE INFOGRAPHIE

À partir d'une première recherche d'infographies dans la presse et sur Internet, en sélectionner cinq ou six très différentes, et les observer en détail.

- **De quoi traite l'information mise en images ?** Quels sont les choix opérés en termes de mode de représentation : diagrammes, dessins, illustrations proches du sujet, cartes, couleurs, utilisation d'encadrés, chiffres mis en avant… Comment pourrait-on résumer en une phrase synthétique l'information globale représentée ainsi ? L'échelle choisie est-elle respectée ? Quels effets pourraient induire des erreurs de représentation ?
- **Certains médias ont une rubrique « infographie » :** France Info, *Télé Poche*, l'AFP, *Ouest-France*, *Le Monde*… Quelles sont les informations choisies par ces différents médias ? Quel intérêt supplémentaire y trouvent-ils en terme éditorial ?

AU LYCÉE

DE L'INFORMATION À L'INFOGRAPHIE

À partir d'un choix d'infographies, évaluer la pertinence des choix graphiques et éditoriaux opérés.

- **Y aurait-il d'autres présentations possibles de ces informations ?** Comparer les infographies proposées pour la presse écrite papier, des sites web et des applications mobiles : identifier les principales différences. Au sein du journal télévisé, identifier des sujets utilisant des infographies ou des vidéographies. Facilitent-elles la compréhension du sujet traité ?

RÉALISER DES INFOGRAPHIES

Une infographie se doit d'être lisible et rigoureuse.

- **Après avoir sélectionné différents sujets d'information issus de rubriques différentes** (sports, économie, politique, loisirs…), tenter par petits groupes de les présenter sous forme d'infographies. Déterminer les éléments essentiels à communiquer, lesquels se prêtent le mieux à ces représentations. Réfléchir à la représentation susceptible de les transmettre de la façon la plus lisible et passer à la phase de conception grâce à des logiciels adaptés comme Easel.ly, Piktochart ou Infogr.am.
- **Vérifier strictement en cas de données chiffrées** (résultats électoraux, évolution de séries chiffrées…) que les proportions ont été strictement observées. Indiquer les échelles choisies.

DE LA PUB DANS LES MÉDIAS

La publicité représente une part importante du financement des médias. Si la presse écrite et la télévision se partagent encore largement les recettes publicitaires, Internet attire désormais plus d'annonceurs que l'affichage et la radio en termes de parts de marché, selon France Pub.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

APPRÉHENDER LE RÔLE ÉCONOMIQUE DE LA PUBLICITÉ DANS LES MÉDIAS ET LA FAÇON DONT ELLE S'ADRESSE AU CONSOMMATEUR

- **Les aspects économiques.** Mettre en évidence la part occupée par la publicité au sein d'un média en particulier sur internet (espace, place, apparitions fortuites de produits), les nouvelles stratégies des annonceurs pour faire connaître leurs marques (films courts, placements de produits…). Étudier la notion de cible en fonction des publics visés par les annonceurs ainsi que les tranches horaires de diffusion choisies. À partir de trois ou quatre magazines situés dans des segments différents (presse jeunes, presse féminine, hebdo d'information), relever le nombre de publicités et les types de produits ou de services proposés. Déterminer le type de consommateur visé : sexe, âge, milieu socioculturel, pouvoir d'achat et le lectorat supposé de ces journaux.
- **Les aspects du discours.** À partir d'une série de spots TV diffusés en prime time ou captés sur Internet, étudier les différents types de récits et les ressorts utilisés pour capter l'attention du public : humour, provocation, utilisation de citations… Aborder la notion de slogan en étudiant les accroches, le choix des mots, mais aussi les types de narration sur lesquels ils s'appuient.

AU LYCÉE

MONTRER COMMENT DES TECHNIQUES VISUELLES ET SONORES SOUTIENNENT UN MESSAGE PUBLICITAIRE

- **Les aspects sociologiques.** S'intéresser aux différents modèles proposés par la publicité : les jeunes, les femmes… À partir de publicités mettant en scène des jeunes, prélevées dans différents journaux ou à la télévision, pointer les situations dans lesquelles ils sont présentés, les rôles qui leur sont attribués, leurs styles. Vous semblent-ils stéréotypés ? Y a-t-il des exceptions ? Pour quels types de produits sont-ils utilisés ?
- **Les aspects plastiques.** À partir de publicités télévisées, observer les images, les sons, le montage. Y a-t-il des harmonies ou des dissonances dans le choix des couleurs, des images, des sons, du texte ? Dans quel but ? Certaines publicités vous paraissent-elles s'appuyer particulièrement sur des musiques ?
- **Les aspects historiques.** À partir de corpus trouvés sur Internet, établir des comparaisons : depuis la réclame jusqu'aux publicités d'aujourd'hui concernant les modèles sociaux représentés et l'évolution des comportements.

DÉBATTRE DES TECHNIQUES RÉCENTES EMPLOYÉES EN MATIÈRE PUBLICITAIRE

- **En s'appuyant sur des exemples relevés dans les médias, engager une discussion sur les enjeux et les limites morales et déontologiques des nouvelles techniques de marketing :**

– la confusion pages rédactionnelles / espaces publicitaires, qui brouille les repères de lecture (notamment dans une certaine presse magazine) et favorise le publimarque où un titre de presse se met au service d'un annonceur ;
– le placement de produit, qui autorise une marque à intégrer discrètement mais efficacement un de ses produits dans le cours d'un récit audiovisuel ;
– le marketing viral, par lequel les consommateurs, comme dans un phénomène de bouche-à-oreille, promeuvent une image de marque via les médias sociaux, le summum de la diffusion « virale » étant de créer un « buzz » ;
– la publicité contextuelle, qui utilise les données personnelles du consommateur sur Internet afin de lui adresser des messages « ciblés ».

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Français [1]
- **6e** - Le professeur fait prendre conscience de l'existence de différents types d'images fixes et animées (p. 6).
- **3e** - L'étude de l'image comme engagement et comme représentation de soi. C'est la fonction argumentative de l'image qui est développée, pour laquelle on peut analyser le fonctionnement de certaines publicités (p. 12).

Arts plastiques [1]
- **4e** - Apprendre à construire une image en exploitant les stratégies de communication ; la publicité, la propagande (p. 10).

LVE [2]
Exploitation de documents authentiques et de toute nature dont la publicité (p. 104).

Sources : (1) BO spécial n° 6 du 28/08/2008.
(2) BOHS n° 7 du 26/04/2007.

LYCÉE

Arts [1]
Nombreuses mentions de la publicité dans les programmes.

Cinéma-Audiovisuel [2]
- **1re** - Les codes d'écritures de certaines formes audiovisuelles (films de commande, clips, publicités).

Sciences de gestion [3]
- **Terminale (séries STMG, spécialité : Mercatique)** - Mercatique et consommateurs ; Mercatique et marchés ; Mercatique et société.

Arts appliqués et cultures artistiques
- **CAP** [4] - Design de communication : étude d'une campagne publicitaire (p. 6).
- **Bac Pro** [5] - Connaître les composants plastiques et sémantiques de l'image : rhétorique image fixe et animée… notion de cible et les stratégies de communication publicitaire… (p. 5).

LVE
- **Bac Pro** [5] - Comprendre et réaliser un message publicitaire.

Sources : (1) BO spécial n° 4 du 29/04/2010.
(2) BO spécial n° 9 du 30/09/2010.
(3) BO n° 12 du 22/03/2012. (4) BO n° 8 du 25/02/2010. (5) BO spécial n° 2 du 19/02/2009.

POUR ALLER PLUS LOIN

CHOLLET (Mona), *Beauté fatale : Les nouveaux visages d'une aliénation féminine*. Zones, 2012.

LAVANANT (Didier), *Vices et vertus de la publicité : quand le discours publicitaire pose question*, Vuibert, 2007.

VEILLE D'ACTUALITÉ

Suivre une actualité en ligne est une occasion, pour la classe, de mettre en œuvre des méthodes de curation et de partage d'informations et, pour l'enseignant, de développer avec ses élèves des compétences numériques aujourd'hui nécessaires dans le cadre de l'éducation aux médias et à l'information.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Français [1]
- **Pour l'ensemble des cycles** - *« L'élève apprend à se repérer dans cette immense bibliothèque mondiale, à trier et hiérarchiser des informations, à adopter une attitude critique et responsable vis-à-vis d'elles et à adapter sa lecture au support retenu. »* (p. 4).

Technologie [1]
- **5e** - *« Rechercher, recenser, sélectionner et organiser des informations pour les utiliser… Identifier les sources… Identifier les droits d'utilisation et de partage des ressources et des outils numériques. »* (p. 19)

B2i [2]
- **Domaine 4 :** S'informer, se documenter

Sources : (1) BO spécial n° 6 du 28/08/2008.
(2) B2i Collège, référentiel, 12/2011.

LYCÉE

Littérature et société [1]
- **2de** - Travailler sur les messages médiatiques. Par exemple, la circulation de l'information et les réseaux sociaux (p. 5).

B2i [2]
- **Domaine 4 :** Organiser la recherche d'informations : Construire une veille numérique en utilisant des outils adaptés (alertes, fils RSS, abonnements, podcasts…) .

Sciences de gestion [3]
- **1re STMG** – Notions *« Applications et usages des Tic dans les organisations : e-communication, partage de l'information, collaboration, communautés en ligne et réseaux sociaux. »* (p. 36)

Sciences économiques et sociales [4]
- **1re ES** - *« On montrera que les réseaux sociaux constituent une forme spécifique de coordination entre acteurs et de sociabilité [réseaux internet […]]. »*

Sources : (1) BO spécial n° 4 du 29/04/2010.
(2) BO n° 31 du 29/08/2013. (3) BO n° 12 du 22/03/2012.
(4) BO n° 21 du 23/05/2013.

POUR ALLER PLUS LOIN

SERRES (Alexandre), *Dans le labyrinthe. Évaluer l'information sur Internet*, C&F Éditions, 2012.

PISTES PROPOSÉES…

AU COLLÈGE

UTILISER DES SERVICES DE CURATION POUR RECHERCHER, ORGANISER ET PUBLIER SES INFORMATIONS

- **La curation vise à sélectionner, indexer et présenter des informations collectées sur le Web.** Avant d'initier ses élèves, se familiariser avec les plateformes de curation les plus conviviales en s'y créant un compte, puis en y suivant d'autres curateurs et/ou en y élaborant sa propre veille. Scoop-It permet de réaliser d'élégantes revues de presse numériques ; Pearltrees constitue des dossiers documentaires sous forme d'arbres à perles inspirés de ces cartes heuristiques qui représentent visuellement le cheminement d'une pensée.
- **Choisir un thème d'actualité :** un événement – limité dans sa durée – ou un thème plus large – déroulé sur plusieurs mois ou l'année scolaire. Explorer les ressources déjà indexées sur les plateformes citées par les internautes, lors de recherches documentaires, à l'aide de leurs moteurs de recherche internes (et de la recherche par mots-clés sur Scoop.it). Que remarque-t-on ? Quelles sont leurs sources ? Comparer avec les résultats proposés par les moteurs de recherche en ligne (Google, Bing…). Et, bien sûr, collecter soi-même les informations sur Internet.
- **Présenter et partager les résultats des recherches en veillant toujours à s'interroger sur :**

– la pertinence des mots-clés des scoops choisis (dans Scoop.it) ;
– la fonctionnalité de la structuration d'ensemble envisagée (dans Pearltrees) ;
– l'efficacité des modalités de partage (récupération de scoops, arbre collaboratif de Pearltress).

AU LYCÉE

CONSTRUIRE UNE VEILLE SUR MESURE EN FAISANT VENIR L'INFORMATION À SOI

Au lycée, on poursuivra le même objectif qu'au collège, mais en s'appuyant sur un dispositif de veille numérique plus pointu mais très facile à prendre en main.

- **Initier les élèves à l'usage des agrégateurs de flux RSS** qui permettent de disposer des mises à jour des sites et des blogs suivis. Constituer un corpus de blogs et de sites susceptibles de procurer les informations attendues ; s'abonner à leurs flux RSS via un agrégateur de flux comme Netvibes, Feedly ou autres. Indexer les ressources numériques sélectionnées sur des sites de marque-pages sociaux (comme Diigo ou Delicious) en les « taguant » avec des mots-clés qui serviront à les retrouver. Se constituer en réseau pour échanger les ressources au sein du groupe, mais également à l'extérieur. Le service Diigo offre la possibilité d'annoter et de commenter les ressources : une plus-value pédagogique appréciable, qui permet de s'interroger à chaque fois sur la pertinence de l'indexation, du commentaire et du répertoire de termes ainsi constitué.
- **Utiliser les réseaux sociaux généralistes des élèves** (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram) comme points d'entrée complémentaires à la veille d'actualité réalisée en classe, en s'abonnant aux comptes de médias ou de journalistes et en constituant son fil de presse. En classe, suivre le sujet ou l'événement choisi via Twitter et un mot-clé (#Obama, #municipales…). Avec une classe plus expérimentée, se doter d'outils de publication automatisée (News.me, Paper.li, Flipboard) qui filtrent les flux du réseau à partir de mots-clés, et créer son propre magazine (y compris sur tablette) en sauvegardant les contenus collectés et en les organisant par centres d'intérêt.

MOI SUR LA TOILE

En 2008, le portrait d'un inconnu proposé par la revue *Le Tigre*, et composé à partir de ses traces numériques, révélait la transparence de la vie privée en ligne. Cinq ans après, les données numériques sont vues par certains comme une manne pour l'économie du futur et, par d'autres, comme une menace sur les droits du citoyen. En classe, il s'agit de comprendre ces évolutions et d'être proactif pour protéger sa vie privée.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

RÉFLÉCHIR À LA NOTION DE VIE PRIVÉE SUR INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIONUMÉRIQUES

- **Lire et analyser le portrait de Marc L.** (www.le-tigre.net/Marc-L.html) pour faire percevoir que notre vie sur la Toile est publique par défaut et privée par choix, à l'inverse de la vie hors-ligne. Recenser les réseaux cités – FlickR, Facebook, etc. –; noter que le récit repose sur des recoupements et des interprétations. Remarquer la place particulière des photos comme sources d'informations sur le personnage. Explorer la plate-forme FlickR sous l'angle de sa politique de confidentialité, mais aussi de son projet « *The Commons* » (www.flickr.com/commons) qui propose aux membres du réseau de commenter et de documenter des photographies d'archives publiques du monde entier.
- **Étudier avec les élèves les formulaires de profil des réseaux socionumériques** qu'ils fréquentent, Facebook en particulier, mais également Instagram, Twitter ou Ask.fm. S'interroger sur la fonction et l'influence des « likes » sur Facebook : répertorier avec les élèves ceux qui reflètent leurs goûts et intérêts et imaginer les profils marketing correspondants ; les mettre en relation avec la publicité ciblée recensée sur leurs profils. Analyser et débattre de la « politique d'utilisation des données » de Facebook, qui explique en détail ce qui est collecté, et son usage par le service.

AU LYCÉE

PRENDRE CONSCIENCE DE LA COLLECTE DE DONNÉES ET DE LA NÉCESSITÉ DE LEUR PROTECTION

- **Évaluer sa propre présence en ligne en se « googlant »** (exploration large : Web, images, vidéos, blogs, etc.) ; pour les possesseurs d'un compte Google, rechercher avec « ma présence sur le Web ». Interroger en complément des moteurs de recherche de personnes – Webmii, Pipl.com, Yasni.com, etc. Inciter les élèves à faire disparaître les traces qui ne leur conviennent pas. Discuter de la notion d'e-réputation : quels avantages ou désavantages y a-t-il à être présent en ligne ? Quelles bonnes pratiques pour une présence positive ? Quelle stratégie pour garder privées certaines activités (santé, centres d'intérêt, etc.) ?
- **Retracer l'envers de sa navigation sur Firefox** avec l'extension « Collusion » de la Fondation Mozilla (www.mozilla.org/en-US/collusion) ; pour les possesseurs d'un compte de messagerie Google, visualiser les métadonnées Gmail, avec « Immersion », une application du MIT : https://immersion.media.mit.edu. Rassembler les remarques des élèves et débattre des avis. Tester le module interactif « Mes traces » proposé par la CNIL (www.cnil.fr/vos-droits/vos-traces) pour découvrir les éléments clés de la navigation sur Internet.
- **Réfléchir à la protection de la vie privée et des données personnelles :** ce sujet, régulièrement à la une de l'actualité, fera l'objet d'une veille (une revue de presse sur la plate-forme « Scoop.it », par exemple) selon un axe pratique – conseils, outils, etc. – et citoyen – projet de règlement européen, CNIL, etc.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Socle commun [1]
Pilier 4 : une attitude de responsabilité dans l'utilisation des outils interactifs.
Pilier 6 : respect des autres, respect de la vie privée.

Technologie [2]
Pour l'ensemble des cycles - Utiliser l'informatique dans un esprit citoyen respectueux des droits de chacun et de la propriété intellectuelle (p. 11).

Sources : (1) Décret du 11/07/2006.
(2) BO spécial n° 6 du 28/08/2008.

LYCÉE

ECJS [1]
- **2de, 1re -** Réfléchir à l'usage des nouvelles technologies de l'information (p. 3, p. 11).

Sciences de gestion [2]
- **Terminale (séries STMG)** - Identité numérique et image numérique sur les réseaux (p. 3).

B2i [3]
- **Domaine 1** - *« Construire des entités adaptées aux différents contextes (public, privé, professionnel, personnel). »*

Sources : (1) BO spécial n° 9 du 30/09/2010 et BO n° 21 du 26/05/2011. (2) BO n°12 du 22/03/2012. (3) BO n°31 du 29/08/2013.

POUR ALLER PLUS LOIN

ERTZSCHEID (Olivier),
Identité numérique et e-reputation : enjeux, outils, méthodologies,
IUT de La Roche-sur-Yon, 2011.

Terms of Service Didn't Read est un site qui classe les plateformes sociales en fonction de leurs conditions générales d'utilisation.
http://tosdr.org

TEXTES, IMAGES ET SONS POUR LA CLASSE DES DROITS ET DES DEVOIRS

Grâce à l'« exception pédagogique », les enseignants peuvent utiliser plus librement des textes, des images et des sons dans le cadre scolaire. Mais ils doivent demeurer vigilants dans le respect d'autres droits concernant la protection de la vie privée et l'expression médiatique des élèves.

QUE SONT LES ACCORDS SECTORIELS ?

Ces accords sont conclus entre, d'une part, les ministères de l'Éducation nationale et de l'Enseignement supérieur et de la Recherche et, d'autre part, les sociétés qui représentent les ayants droit. Renégociés tous les trois ans, ils autorisent l'utilisation pédagogique d'œuvres protégées par le droit d'auteur, comme les livres, les périodiques, les images fixes ou animées, la musique imprimée ou enregistrée. Ce sont là autant de ressources utiles pour l'éducation aux médias.
Désormais, il est parfaitement légal, sous certaines conditions, de reproduire (faire une copie numérique) et de représenter (montrer, diffuser) en classe des œuvres dont la loi, très restrictive, ne permettait pas naguère la reproduction et la représentation, à moins d'en avoir acquis les droits.

DANS QUEL CADRE PEUT-ON REPRODUIRE ET MONTRER DES TEXTES, IMAGES ET SONS PROTÉGÉS PAR LE DROIT D'AUTEUR ?

Cette utilisation pédagogique n'est possible que dans le cadre d'une « activité d'enseignement et de recherche », pour un public « composé majoritairement d'élèves, d'étudiants, d'enseignants ou de chercheurs ». Autrement dit, les œuvres peuvent être incluses dans un cours, un TP, un exposé, un mémoire, une conférence dans un cadre scolaire ou universitaire, une formation, un examen, un concours. Mais, en aucun cas, elles ne peuvent être employées lors d'un cours particulier, de la fête de l'école, ou d'une séance récréative.
On mentionnera, comme il se doit, le titre, l'auteur et l'éditeur de l'œuvre lors de son utilisation, ainsi que les artistes-interprètes dans le cas des œuvres musicales.
En outre, les documentalistes ne peuvent pas conserver durablement au CDI les œuvres reproduites (photocopies, fichiers numériques, CD, DVD…) : tout au plus le temps d'une année scolaire. En aucun cas, les œuvres ne feront l'objet d'une indexation dans une banque de données, d'une distribution aux élèves et, à plus forte raison, d'une exploitation commerciale.

PEUT-ON UTILISER DES ŒUVRES ENTIÈRES OU SEULEMENT DES EXTRAITS ?

Cela dépend, en fait, de la nature de l'œuvre elle-même.

- **Un livre.** Sa reproduction en totalité n'est pas autorisée dans un travail pédagogique, mais seulement 5 pages, sans coupure, et dans la limite de 20 % de la pagination de l'ouvrage.
- **Un article de journal.** Sa reproduction en totalité est autorisée, mais le travail pédagogique ne peut inclure plus de deux articles d'une même parution.
- **Une image fixe.** La notion d'extrait est ici inopérante. On utilisera donc l'image entière mais sous sa forme numérique. Sa définition sera limitée à 400 x 400 pixels et sa résolution à 72 DPI.
- **Une œuvre musicale enregistrée.** Son écoute en intégralité dans la classe est autorisée.
- **Une œuvre audiovisuelle** (film, émission). Sa diffusion en intégralité dans la classe est autorisée, à condition que le film provienne d'un service de communication non payant (chaîne de télévision gratuite). On ne pourra en utiliser que des extraits inférieurs à 6 minutes si le film provient d'un DVD édité dans le commerce, ou d'un service de communication payant (Canal+, chaînes du câble et du satellite, chaînes de télévision sur Internet, services VOD).

PEUT-ON METTRE EN LIGNE CES ŒUVRES ?

Les travaux pédagogiques comprenant des œuvres ou des extraits d'œuvres ne peuvent être mis en ligne que sur l'intranet ou l'extranet de l'établissement (dans des ENT, par exemple). Seule la mise en ligne de thèses universitaires est admise sur le réseau Internet, sous certaines conditions. Si le travail pédagogique mis en ligne comporte des œuvres visuelles, on veillera à ce qu'il n'y en ait pas plus de vingt. S'il comporte des œuvres musicales enregistrées, celles-ci ne pourront être reproduites que dans la limite de 30 secondes par œuvre, et 10 % de la durée totale de l'œuvre. S'il comporte des œuvres audiovisuelles, ce ne peut être que sous forme d'extraits inférieurs à 6 minutes.
Enfin, toute mise en ligne de travaux pédagogiques intégrant des œuvres ou extraits d'œuvres doit faire l'objet d'une déclaration auprès des représentants des ayants droit [1].

D'AUTRES DROITS SONT-ILS À CONNAÎTRE ?

La réalisation avec la classe de journaux, de blogs, de pages de médias sociaux et de médias audiovisuels, suppose la maîtrise par les enseignants et les élèves de règles liées à la protection de la vie privée. Ainsi, le « droit à l'image » impose que toute personne donne son accord lors de la captation photographique ou filmique de son « image ». L'autorisation sera donnée par les représentants légaux de l'enfant si ce dernier est le sujet de la captation. D'une manière générale, toute divulgation d'informations d'ordre privé doit faire l'objet d'une réflexion collective avant publication.
Enfin, n'oublions pas que l'expression des élèves dans le cadre d'un média scolaire est soumise aux règles relatives au droit de la presse : l'injure, la diffamation, les propos racistes et négationnistes relèvent du régime général de la responsabilité délictuelle. Comme pour les vrais journalistes…
Quant aux productions des élèves, elles aussi bénéficient du droit d'auteur. Mais, afin d'en faire profiter le plus grand nombre, on se souviendra que les licences libres (les Creative Commons, par exemple) offrent un cadre favorable à leur diffusion et leur réutilisation.

Avec la collaboration de VÉRONIQUE DIJEAU
Division des Affaires juridiques, Canopé

(1) Cette déclaration consiste à compléter le formulaire mis en ligne à l'adresse suivante : www.cfcopies.com

LE CHEF D'ÉTABLISSEMENT ET L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

Les personnels de direction disposent désormais, au travers du conseil pédagogique, d'un outil qui leur permet d'investir pleinement les marges d'autonomie ouvertes par les évolutions récentes du système éducatif. L'éducation aux médias et à l'information est à ce titre exemplaire.

Elle est, par essence, un sujet qui transcende les disciplines et les différents acteurs des établissements. Si les enseignants, les professeurs-documentalistes, les conseillers principaux d'éducation – pour ne citer qu'eux – ont, de par leurs missions ou dans le cadre de leurs programmes, à se saisir d'une éducation *par* et *aux* médias, ils ne sauraient prétendre en assumer seuls la mise en œuvre. Cette capacité de l'éducation aux médias d'avoir sa circonférence partout et son centre nulle part la situe à la conjonction du pédagogique et de l'éducatif, et en fait un objet collectif. Le premier rôle du chef d'établissement est donc d'impulser la réflexion et le travail des équipes afin de faire en sorte que l'éducation aux médias soit quelque part.

Si ce préalable est nécessaire, il ne saurait être suffisant. Il est essentiel que l'éducation aux médias fasse sens pour chacun, et d'abord pour les élèves. Ceci repose sur la cohérence et la complémentarité des approches et la conviction partagée qu'elle est essentielle à la formation intellectuelle et humaniste des élèves. C'est ici que le chef d'établissement peut jouer son rôle : il n'est ni celui qui sait, ni celui qui fait, mais simplement celui qui rend possible l'émergence d'une intelligence collective cristallisée ensuite dans un projet commun.

Inscrire l'éducation aux médias et à l'information à l'ordre du jour du conseil pédagogique, c'est s'offrir l'opportunité d'échanges fructueux sur une problématique au cœur des évolutions des systèmes éducatifs parce qu'elle interroge à l'heure du numérique notre relation au savoir. L'époque où les « Malet et Isaac » et « Lagarde et Michard » constituaient pour les élèves les accès privilégiés à la connaissance et à la culture est révolue. Aujourd'hui, avec un smartphone, ils ont en mains une nouvelle bibliothèque d'Alexandrie, sans plan ni catalogue…

Or, cette profusion d'informations crée un bruit assourdissant, pour reprendre une expression que les documentalistes connaissent bien. De cette complexité émergent des droits et des devoirs nouveaux. Le virtuel bouleverse sphère publique et sphère privée, crée la confusion entre la parole des experts et les divagations des ignorants.

Sans une solide formation à la culture de l'information, sans la construction progressive d'une démarche critique vis-à-vis de tous les médias, l'œuvre émancipatrice de l'École sera compromise. Cet enjeu démocratique pour nos sociétés est d'autant plus fort que l'École ne peut pas faire contre le monde, mais bien avec le monde tel qu'il est. Il revient donc au chef d'établissement d'animer cette réflexion collective pour que soient construits avec les enseignants documentalistes et les CPE les outils d'éducation citoyenne au cœur de l'éducation aux médias.

Cette approche, qui concerne aussi toutes les disciplines de l'établissement, serait sans doute limitée si elle n'était pas complétée par des activités dans lesquelles les élèves sont véritablement acteurs. Produire soi-même de l'information, exposer des idées, argumenter dans un débat, sont sans doute les meilleurs des moyens pour comprendre les enjeux évoqués plus haut. À ce titre, il est important de faire la promotion des médias scolaires, qu'ils prennent la forme classique d'un journal ou d'une radio, ou celle plus récente d'un blog, d'une « Web TV », etc.

Le chef d'établissement devrait en être le facilitateur quand les initiatives lui sont connues ou bien l'initiateur si l'établissement est encore vierge de tels projets. Dans ce cas, en lycée tout au moins, il pourra être intéressant de s'appuyer sur les instances de la vie lycéenne, car il serait surprenant qu'une telle idée ne trouve pas à germer si on la fertilise judicieusement…

Un journal dans un établissement, c'est un espace ouvert pour expérimenter la responsabilité, et mettre en valeur des talents pas toujours suffisamment reconnus à l'École. C'est aussi un moyen de participer à la création d'une identité d'établissement dans laquelle les élèves peuvent se reconnaître, et qui constitue un des éléments d'un climat positif et bienveillant.

FRANK FAUQUEMBERGUE
Directeur de Canopé Poitiers

LES PROFESSEURS DOCUMENTALISTES ET L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

À l'heure d'Internet et des réseaux sociaux, l'éducation aux médias et l'éducation à l'information se sont rejointes pour former ce nouveau concept unifié, l'EMI. Les professeurs-documentalistes ont une mission spécifique de formation des élèves, en liaison avec leurs collègues des diverses disciplines dont les programmes fournissent les situations pédagogiques.

Comme tous les professeurs, les documentalistes doivent « *intégrer les éléments de la culture numérique nécessaires à l'exercice du métier* » (référentiel commun). Mais l'annexe pour professeur-documentaliste énonce quatre compétences spécifiques dont celle de « *maîtriser les connaissances et les compétences propres à l'EMI* ». On peut y voir l'attente particulière du système à son plus haut niveau vers les professeurs-documentalistes en matière d'EMI à l'information.

L'EMI… POUR FORMER DE FUTURS CITOYENS

Acteurs très investis et de longue date, d'une part dans l'éducation à l'information et, d'autre part, dans l'éducation aux médias, les professeurs-documentalistes sont bien placés pour expliquer la convergence de ces deux mouvements historiques – l'un venant des bibliothèques, l'autre de la presse – et surtout installer cette nouvelle éducation aux médias et à l'information (EMI). Lorsqu'on relit les grandes déclarations publiées sous l'égide de l'Unesco (Prague, Alexandrie, Grunwald, Moscou), on est frappé par la proximité des ambitions éducatives : il s'agit de former des citoyens éclairés dans un monde d'information de plus en plus complexe.

L'EMI, UN APPRENTISSAGE PROGRESSIF

La loi de refondation de l'école de la République, par son article 53, introduit l'EMI pour tous les collégiens. Dans l'attente de précisions, il est déjà possible de s'appuyer sur le Parcours de formation à la culture de l'information (PACIFI). Avec dix fiches et cent propositions de situations, que le documentaliste est convié à construire une progression qui n'élude aucune des dimensions de l'information, depuis les besoins d'information jusqu'à son utilisation éthique, en passant notamment par des questions aussi fondamentales que la recherche, l'évaluation, les sources organisées du savoir ou les médias d'actualité. L'EMI est, pour le professeur-documentaliste, une invitation à repenser les actions de formation.

L'EMI, PARTIR DES USAGES PERSONNELS DES ÉLÈVES

En matière d'information, il faut désormais partir des usages des élèves et les faire évoluer vers une découverte d'autres sources d'accès à l'information et à la connaissance. Pour qu'un apprentissage soit utile, il faut qu'il soit mis en action. Apprendre l'EMI, c'est approcher des médias diversifiés, donc apprendre à les lire ; c'est aussi apprendre à écrire et à publier. Déjà, de nombreux documentalistes ont montré la voie ; la conférence nationale « Cultures numériques, Éducation aux médias et à l'information » (Lyon 2013) offert des exemples d'approches riches et diversifiés.

L'EMI, TEMPS ET LIEUX DE CONSTRUCTION DES COMPÉTENCES

L'EMI est intégrée à toutes les disciplines. Elle appelle des formes de travail variées, essentiellement appuyées sur une démarche de projet ; à partir d'une problématique, les élèves sont mis en situation de la traiter. Ils doivent alors disposer des outils numériques nécessaires et des espaces de travail adaptés. D'où l'importance d'activer une réflexion sur le CDI et son évolution en centres de connaissances et de culture. Des temps de synthèse sont indispensables pour fixer les connaissances et les compétences acquises.

L'EMI ET L'ÉDUCATION AU NUMÉRIQUE, UN ENJEU DE LA RÉUSSITE DES ÉTUDES SUPÉRIEURES

L'EMI ne s'arrête pas au collège. L'EMI, c'est tout à la fois apprendre à connaître les médias, apprendre des médias, comprendre l'information, savoir où la trouver, et développer des compétences de transformation de l'information en connaissances. Tous ces éléments mobilisent des capacités cognitives dont la complexité est fonction des situations proposées. Le véritable défi aujourd'hui est double : c'est l'urgence de prendre pleinement en compte la dimension numérique de l'EMI et la nécessité d'assurer le continuum de cette éducation du collège, où elle est obligatoire, à l'université, pour réduire la fracture encore constatée entre le lycée et le supérieur.

JEAN-LOUIS DURPAIRE
Inspecteur général de l'Éducation nationale

MIREILLE LAMOUROUX
Chargée de mission auprès de la Directrice du numérique pour l'éducation au ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

MÉDIAS, VIE SCOLAIRE: UNE QUESTION MAJEURE DE POLITIQUE ÉDUCATIVE

L'éducation aux médias est pensée depuis longtemps comme un axe essentiel de l'éducation civique. Les acteurs de la vie scolaire sont engagés dans cette perspective et contribuent à un essor de la démocratie et à un partage des valeurs républicaines. À l'ère numérique, leurs responsabilités n'en sont que plus grandes aujourd'hui.

Les conseillers principaux d'éducation veillent depuis longtemps déjà à la présence des médias d'information dans les foyers des établissements ou dans les maisons des lycéens. Ils se saisissent de la Semaine de la presse et des médias à l'école pour en faire un temps fort de la vie collégienne et lycéenne. Ils incluent dans la formation des élèves délégués un module consacré aux médias. En collaboration avec leurs collègues d'ECJS et professeurs-documentalistes, ils préparent et organisent des débats argumentés sur des questions d'actualité. Ils accompagnent les élèves délégués dans la réalisation de chartes informatique et internet. Ils s'appuient notamment pour cela sur les Repères pour la mise en œuvre du Parcours de formation à la culture de l'information [1]. Ce n'est pas un hasard si, parmi les correspondants éducation aux médias dans les académies, on compte de nombreux CPE.
Mais cela fait également longtemps que ces initiatives sont dispersées, inégalement réparties selon les établissements. Ces derniers ne disposent pas tous d'un média scolaire, ni même d'une formation de tous les élèves à la culture de l'information. Et le lancement d'un acte 2 de la vie lycéenne a témoigné éloquemment des progrès à accomplir dans ce domaine.

CHANGER D'ÉCHELLE

De quoi est-il question aujourd'hui ?
Le conseiller principal d'éducation est, selon le référentiel de 2013, « animateur de la politique éducative de l'établissement », chargé d'« impulser et coordonner le volet éducatif du projet d'établissement ».
Or, justement, la loi d'orientation pour la refondation de l'école de la République propose deux lignes de force pour le travail éducatif : l'éducation aux médias et à l'information, l'enseignement moral et civique. Son article 33 instaure une éducation aux médias et à l'information dispensée à tous les élèves des collèges.

Il est nécessaire de penser l'éducation aux médias non pas comme une éducation en plus, à côté des autres et à côté des enseignements disciplinaires, mais comme constitutive de la politique éducative de l'établissement. Le CPE peut être porteur au conseil pédagogique d'une exigence liant intimement éducation aux médias et éducation démocratique. Il est le garant, sous l'autorité du chef d'établissement, des apprentissages en acte de la citoyenneté, à travers les élections des représentants des élèves, l'accompagnement de ces élèves dans l'exercice effectif de leur mandat auprès de ceux qui les ont élus comme de ceux qui les encadrent. Il peut assurer de manière privilégiée le lien entre l'éducation civique au collège et l'ECJS au lycée, et, dès la rentrée 2014, l'enseignement moral et civique, et les initiatives collégiennes et lycéennes, notamment en matière de publication. Il peut, de la même manière, s'associer à son collègue professeur-documentaliste pour que l'éducation aux médias se traduise dans la vie des élèves et de l'établissement, par une offre riche et diversifiée de médias imprimés, audiovisuels et en ligne et par l'émergence de médias d'élèves dans l'établissement.
Avec son collègue professeur-documentaliste, il peut favoriser l'accès aux médias, numériques notamment, et à l'exercice responsable du droit de publication. Un centre de connaissances et de culture [2] favorise la prise d'autonomie accompagnée des élèves bien mieux que ne le font séparément des salles de permanence où l'expression des élèves peut se traduire par du chahut ou de l'inertie et un centre de documentation et d'information où leur accueil est souvent limité.

On le voit, il s'agit bien, pour refonder la République démocratique en refondant l'école, de repenser les temps et espaces scolaires, en les décloisonnant. L'éducation aux médias est un domaine privilégié de coopération entre enseignants de disciplines diverses, professeurs-documentalistes et CPE, et de responsabilisation effective des élèves. La vie scolaire n'est plus un bureau ou un service, mais une réalité bien vivante, au sein de laquelle les élèves acquièrent progressivement la culture du self-government que Paul Langevin et Henri Wallon appelaient déjà de leurs vœux il y soixante ans [3].

JEAN-PIERRE VÉRAN
Inspecteur d'académie (h)
Formateur associé à la faculté de l'éducation,
Université Montpellier 2

(1) http://media.eduscol.education.fr/file/Pacifi/85/4/Reperes_Pacifi_157854.pdf

(2) http://cache.media.eduscol.education.fr/file/actus_2012/77/1/2012_vademecum_culture_int_web_214771.pdf

(3) « Projet de réforme de l'enseignement », 1946-47, Paul Langevin et Henri Wallon : *« Donner à l'enfant le goût de la vérité, l'objectivité du jugement, l'esprit de libre examen et le sens critique qui feront de lui un homme libre du choix de ses opinions et de ses actes, de lui faire acquérir le sens de la vie sociale, des avantages et des charges qu'elle implique, et la conscience de ses responsabilités… »*

PROPOSITIONS POUR UN RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Dans le contexte bouleversé de la société de l'information, l'éducation aux médias est devenue, une modalité indispensable pour la construction des savoirs. Elle prend de plus en plus la forme d'un apprentissage en amont des disciplines, inscrite explicitement parmi les capacités de la sixième compétence du socle commun de connaissances et de compétences. Pour faciliter sa mise en œuvre par les enseignants, des référentiels de compétences sont devenus nécessaires.

PROPOSITIONS POUR UN RÉFÉRENTIEL ÉLÈVES

Un premier référentiel élève, basé sur les principes structurants du Référentiel de connaissances et de compétences, définit, à travers cinq axes, les principales connaissances, capacités et attitudes qu'un élève est censé maîtriser à chacun des paliers de la scolarité obligatoire.

DOMAINE 1 — PRENDRE CONSCIENCE DE SA PROPRE RELATION À L'UNIVERS MÉDIATIQUE

	CONNAISSANCES L'élève doit connaître :	CAPACITÉS L'élève doit être capable de :	ATTITUDES Ce qui entraîne au niveau des attitudes :
PALIER 1 : CE1	• La notion de médias, et particulièrement celle de médias de masse (télévision, Internet, presse écrite, radio, affichage…) • Différents publics des médias et les critères de leur différenciation (âge, activité, sexe, lieu, centres d'intérêt…)	• Percevoir la présence des médias dans son environnement (maison, rue, école…) • Repérer la place qu'occupent les médias dans la vie quotidienne • Identifier différents publics pour les médias • Exprimer ses goûts	• Curiosité et sens de l'observation • Reconnaissance de l'existence de goûts et de choix différents
PALIER 2 : CM2	• Différents critères de classification des médias (types de contenus, de publics, supports, périodicité) • Les critères qui président aux choix et à l'organisation des programmes dans les médias, publics ciblés	• Identifier les différents médias • Estimer ses consommations médiatiques • Mettre en évidence la notion de cible médiatique • Exprimer ses goûts et en débattre. Prendre conscience des émotions auxquelles se rattachent ces goûts (plaisir, peur, dégoût, empathie…)	• Curiosité et sens de l'observation • Prise de distance par rapport à ses pratiques • Prise en compte de la diversité de goûts
PALIER 3 : 3e	• L'offre médiatique dans sa diversité : variété des supports, des modes de diffusion, variété des contenus, segmentation en fonction des publics • Modalités de réception des médias (télévision, Internet) : - notion de lectorat et d'audience - les conditions de la réception : la loi de proximité et ses principaux champs d'application (historique, géographique, socioculturel…) • Les pratiques médiatiques : quels contenus ? avec quels médias ? pour quels usages ? et les moyens de les connaître (enquêtes d'audience, construction de profils de consommateurs, suivi de la fréquentation d'un site…)	• Se repérer dans la diversité des médias et leurs modes de réception (papier, écrans, mobiles…) • Caractériser ses consommations (temps, fréquence, simultanéité, degré d'implication) • Distinguer les différentes cibles des médias • Identifier et maîtriser certaines des émotions suscitées par les médias	• Curiosité et sens de l'observation • Conscience de l'influence des médias sur ses choix et ses valeurs • Perception d'autres façons de penser et d'autres choix

DOMAINE 2 — CARACTÉRISER LES MÉDIAS ET LES LANGAGES MÉDIATIQUES

	CONNAISSANCES L'élève doit connaître :	CAPACITÉS L'élève doit être capable de :	ATTITUDES Ce qui entraîne au niveau des attitudes :
PALIER 1 : CE1	• Des éléments de vocabulaire propres aux médias • Les grands types de langages médiatiques (écrit, image, son, multimédia) et les supports les plus courants (papier, écrans…) • La notion de messages médiatiques à travers deux exemples : information et publicité	• Repérer que tout contenu médiatique est le résultat de choix de la part de son émetteur • Distinguer les types de supports médiatiques et les nommer • Nommer des genres médiatiques différents et certaines de leurs caractéristiques (dessins animés, publicités, clips, reportage…)	• Disponibilité • Sens de l'observation
PALIER 2 : CM2	• Des éléments de vocabulaire propres aux médias • Les principaux langages médiatiques et les principales caractéristiques de leur mise en œuvre : - les supports (papier, écrans…) - Les écritures spécifiques (télévisuelle, radiophonique, hypermédia…) - les techniques (mode de production, de diffusion et de réception) • Les différents rôles des professionnels des médias dans la production • Des types de messages médiatiques : - information et publicité - réel et fiction, réel et virtuel	• Repérer que tout contenu médiatique est le fruit d'une construction (quelles informations, à quelle place, avec quel traitement) • Distinguer les éléments constitutifs d'un message médiatique : accroche, chute, montage, plan, hyperlien… • Repérer les conditions de production médiatique (contexte événementiel, moyens techniques et humains, contraintes professionnelles…)	• Curiosité, sens de l'observation • Discernement, esprit d'analyse
PALIER 3 : 3e	• Le vocabulaire propre aux médias • Les langages à l'œuvre : - l'écrit, l'image, le son, le multimédia - les techniques (mode de production, de diffusion et de réception) - les supports (papier, écrans…) • Les écritures spécifiques (télévisuelle, radiophonique, hypermédia…) et certaines de leurs déclinaisons (brève et reportage, sujet de JT et documentaire, sites institutionnels, personnels, commerciaux…) • Les métiers des médias, la place de la parole des non-professionnels • Des types de messages médiatiques : - information et publicité - réel vs fiction, réel vs virtuel - sites, blogs, forums…	• Nommer des éléments et des procédures relatifs à la production médiatique • Identifier et analyser les éléments constitutifs d'un message médiatique • Discerner les indices de la représentation médiatisée (média / réel) • Formuler des hypothèses argumentées sur les intentions des émetteurs • Identifier différents types de métiers à l'œuvre au sein des médias	• Disponibilité et ouverture d'esprit • Goût pour l'analyse et la précision

DOMAINE 3 — S'INFORMER PAR LES MÉDIAS

	CONNAISSANCES L'élève doit connaître :	CAPACITÉS L'élève doit être capable de :	ATTITUDES Ce qui entraîne au niveau des attitudes :
PALIER 1 : CE1	• Différents types d'informations véhiculées par les médias (sport, politique, faits divers, météo…) • La notion d'actualité • Certaines sources de l'information (journaliste, photographe, cameraman, témoin…) • Les entrées de lecture de l'information : titre, sommaire, menu, légende…	• Repérer la place variable accordée à certaines informations (Une des journaux, les titres des informations du jour…) • Exprimer l'intérêt qu'il porte à certaines informations • Identifier différentes sources de l'information au sein d'un média (journaliste, photographe, témoin…)	• Éveil à l'environnement socioculturel
PALIER 2 : CM2	• Les différents types d'informations véhiculées par les médias : actualités générales, informations scientifiques et techniques, infos services, loisirs… • La notion d'événement médiatique et d'actualité • Sources directes et indirectes (agences, communiqués, sources institutionnelles, experts…) • Les règles de l'écriture journalistique (message essentiel, loi de proximité, habillage et mise en forme de l'information) • La distinction entre fait, commentaire et opinion	• Identifier des choix différents dans le traitement d'une information selon les médias (place, importance, mode de traitement…) • Identifier certains éléments de proximité personnelle vis-à-vis de l'information • Classer les différents niveaux de sources (journalistes, agences de presse, informateurs, communiqués, sites Web…) • Exprimer ses besoins d'information et repérer des réponses au sein des médias • Évaluer la fiabilité des informations	• Attention au monde, attention à l'autre • Perspicacité • Aptitude au questionnement
PALIER 3 : 3e	• Le rubricage des informations • Les caractéristiques de l'information en fonction du temps, de l'espace, du contexte socioculturel • La fonction d'agenda des médias (ce sur quoi les médias nous informent) • Les questions relatives aux sources (fiabilité, rumeurs, surinformation, questions de droits…) • Les constantes et les particularités dans l'écriture d'information • La distinction entre fait, commentaire et opinion	• Décrire la hiérarchisation de l'information en fonction des logiques internes de chaque média • Identifier les éléments de la proximité et en saisir la relativité • Identifier, trier et évaluer les sources • Savoir utiliser les médias de façon complémentaire pour s'informer • Développer un esprit critique vis-à-vis de toute information	• Intérêt pour les autres • Goût pour l'approfondissement • Aptitude au doute et au questionnement

DOMAINE 4 — PRODUIRE DES MESSAGES MÉDIATIQUES

	CONNAISSANCES L'élève doit connaître :	CAPACITÉS L'élève doit être capable de :	ATTITUDES Ce qui entraîne au niveau des attitudes :
PALIER 1 : CE1	• Quelques éléments d'une situation de communication (quoi, qui, où, quand) • Certaines formes d'écriture médiatique (article, photo) • Les sources à sa portée • Quelques éléments du droit (respect des personnes) • Des techniques (dessins, collages…) et des outils de production à leur disposition (appareils photos, logiciels…)	• Rédiger, illustrer, présenter une information • Recueillir des informations, identifier leur origine • Participer de façon créative à une production médiatique • Appliquer quelques principes du droit, notamment le respect des personnes • Recueillir des réactions aux messages produits	• Créativité et sens de l'initiative • Goût pour le travail collectif • Capacité d'écoute
PALIER 2 : CM2	• Les éléments constitutifs d'une situation de communication (quoi, qui, où, quand, pourquoi, comment) • Les genres journalistiques sur différents supports (brève, interview, reportage, commentaire, critique, portrait…) • Les sources à sa portée • Quelques éléments du droit • L'utilisation d'outils spécifiques (logiciels, diaporamas, appareils photo, téléphone mobile…)	• Communiquer une information sous des formes diverses simples • Recueillir des informations, identifier leurs sources et les croiser avec d'autres sources • Exprimer une opinion argumentée • Prendre part à la définition et à l'organisation collective d'une production médiatique • Tenir compte des limites du droit d'expression (droit à l'image, droit d'auteur, injure, diffamation) • S'interroger sur la manière dont les messages produits sont reçus	• Créativité et sens de l'initiative • Envie d'entreprendre • Goût pour le travail collectif, pour le débat • Conscience de ses droits et de ses devoirs en matière d'expression
PALIER 3 : 3e	• Les éléments constitutifs d'une situation de communication (quoi, qui, où, pourquoi, pour qui, comment) • L'écriture médiatique sous différentes formes (article, interview radio, images, participation à un forum, contribution à un blog…) • Les différents types de discours (narratif, argumentatif, descriptif) • Des techniques de recherche et de recueil d'informations sur différents supports (presse écrite, Internet…) • Des éléments de droit et de déontologie liés à l'expression • Les techniques et outils de production, leurs modalités d'utilisation	• Mettre en forme (écrit, son, image, numérique…) en réinvestissant les capacités du domaine 2 • Recueillir des informations, les vérifier • Exprimer une opinion argumentée • Concevoir un projet de production médiatique (contenus, forme, public, planning et budget, diffusion) • S'assurer de la conformité de ses messages au droit • Évaluer la réception du message	• Conscience de ses droits et de ses devoirs en matière d'expression

DOMAINE 5 — ÊTRE CONSCIENT DE LA PLACE ET DU RÔLE DES MÉDIAS DANS LA SOCIÉTÉ

	CONNAISSANCES L'élève doit connaître :	CAPACITÉS L'élève doit être capable de :	ATTITUDES Ce qui entraîne au niveau des attitudes :
PALIER 1 : CE1	• Quelques fonctions sociales des médias (informer, divertir…) • Différents types d'informations véhiculées par les médias (sport, politique, faits divers…) • Des métiers et des processus de fabrication des médias	• Repérer différentes fonctions des médias • Percevoir quelques indices de l'économie d'un média • Identifier des savoirs scolaires ou extra-scolaires issus des médias (phénomènes climatiques, faits divers…) • Distinguer information, publicité, divertissement	• Curiosité d'esprit • Désir de comprendre
PALIER 2 : CM2	• Les fonctions sociales des médias (informer, éduquer, divertir, relier, débattre…) • La notion de liberté d'expression, le rôle des journalistes • La notion de pluralisme et sa traduction dans les médias • Différents modes de financement des médias	• Identifier les différentes fonctions sociales des médias • Repérer la place du public dans les médias • Relever des indices liés à l'économie des médias (prix, abonnement, tarif des petites annonces, publicité…) • Intégrer des apports médiatiques à différents domaines de savoirs (éducation civique, développement durable, sciences) • Distinguer information, communication, divertissement	• Ouverture d'esprit et compréhension d'autres façons de penser et d'agir • Esprit critique
PALIER 3 : 3e	• Les fonctions sociales des médias (informer, éduquer, divertir, relier, débattre…) • Les fondements de la liberté d'expression et ses variations dans le temps et l'espace • Le rôle des médias dans l'opinion publique et la vie politique (débats, sondages, sites, blogs…) • La dimension économique des médias (entreprises, coût de l'information, place de la publicité…)	• Distinguer les différentes fonctions sociales des médias • Identifier les modalités du rapport des médias avec leurs publics • Reconnaître les apports des médias dans des domaines de savoirs • Caractériser information, communication commerciale ou non, divertissement	• Désir d'approfondir et d'actualiser ses connaissances • Intérêt pour la vie publique et les grands enjeux de société • Esprit critique

DES RESSOURCES POUR L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

DES OUVRAGES

AGNÈS (Yves), *Manuel de journalisme*. La Découverte, 2008.

BALLE (Francis), *Médias et sociétés*. LGDJ-Montchrestien, 2013.

BACH (Jean-François), TISSERON (Serge), HOUDÉ (Olivier), LÉNA (Pierre), *L'Enfant et les écrans*, Le Pommier, 2012.

BARBEY (Francis), *L'Éducation aux médias : de l'ambiguïté du concept aux défis d'une pratique éducative*, Publibook, 2010.

CORNU (Daniel), *Tous connectés !*, Labor et Fides, 2013.

DAVIDENKOFF (Emmanuel), *Le Tsunami numérique*, Stock, 2014.

DUCLOS (Solenn), *La Liberté de la presse en France : héritage et actualité*, SCEREN-CNDP/CLEMI, 2011, coll. « Éducation aux médias ».

EVENO (Patrick), *Guerre et médias : De la Grande Guerre à aujourd'hui*, Canopé/CLEMI, 2014, coll. « Éducation aux médias ».

JEHEL (Sophie), *Parents ou médias, qui éduque les préadolescents ? Enquête sur leurs pratiques TV, jeux vidéo, radio, Internet*, Erès, Ceméa, 2011, coll. « Éducation et société ».

JOST (François), *50 fiches pour comprendre les médias*, Bréal, 2009.

LE CROSNIER (Hervé, coord.), *Culturenum : jeunesse, culture & éducation dans la vague numérique*, C&F éditions, 2013.

LIPANI-VAISSADE (Marie-Christine), *La Gratuité de l'information : un modèle économique introuvable ?*, SCEREN-CNDP/CLEMI, 2013, coll. « Éducation aux médias ».

PASQUINELLI (Elena), ZIMMERMAN (Gabrielle), DESCAMPS-LATSCHA (Béatrice), BERNARD (Anne), *Les Écrans, le Cerveau…et l'Enfant*, Le Pommier, 2013.

RIVET (Philippe), PATARD (Dominique), KISLIN (Patricia), *La Presse en classe : découverte de la presse quotidienne régionale*, SCEREN, CLEMI, 2012, coll. « Éducation aux médias ».

UNTERSINGER (Martin), *Anonymat sur Internet : Comprendre pour protéger sa vie privée*, Eyrolles, 2013.

Cultures numériques, éducation aux médias et à l'information, colloque de l'École normale supérieure de Lyon (mai 2013), SCÉRÉN-CNDP, 2013.

INAGlobal, un trimestriel sur la vie des médias, édité par l'Institut national de l'audiovisuel.

DÉCOUVRIR SUR LA BASE DOCUMENTAIRE DU CLEMI, D'AUTRES RESSOURCES SUR L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS : OUVRAGES, ARTICLES SUR L'ACTUALITÉ DES MÉDIAS, TRAVAUX DE RECHERCHE, ÉTUDES, RAPPORTS…

DES SITES*

PROGRAMMES SCOLAIRES

http://eduscol.education.fr
Pour connaître les programmes en vigueur et en cours d'élaboration.
Entrées « Socle commun École-Collège » et « Lycée et Formation professionnelle ».

ÉDUCATION AUX MÉDIAS

www.clemi.fr
Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information.

www.ouestfrance-ecole.com
Des ressources sur la fabrication et le fonctionnement d'un journal *(voir notamment « Le journal en 10 questions »)*.

www.enjeuxemedias.org
Enjeux e-médias, un site autour de la question de l'éducation, des médias, de l'information et de la citoyenneté.

RESSOURCES SUR LES MÉDIAS

www.dgmic.culture.gouv.fr
Direction générale des médias et des industries culturelles.

www.journalisme.com
Site des Assises internationales du journalisme et de l'information.

http://fr.rsf.org
Reporters sans frontières.

www.onlinenewspapers.com
Pour accéder à la presse en ligne du monde entier.

www.24hdansuneredaction.com
Pour découvrir l'univers du journalisme.

http://pressealecole.fr
Site de l'ARPEJ (Association Régions Presse Enseignement Jeunesse).

AUTOUR DE L'IMAGE

http://portfolios.afp.com
Portfolios des photographes de l'AFP.

http://blogs.afp.com/makingof
Making-of fait découvrir les coulisses des reportages de l'AFP.

www.decryptimages.net
Un portail d'éducation aux images coordonné par Laurent Gervereau.

http://culturevisuelle.org
Une ferme de blogs de chercheurs et d'enseignants explore les dimensions visuelles de la culture.

www.madeinphoto.fr
Portfolios de grands photographes de presse.

www.caricaturesetcaricature.com
Des ressources pour travailler sur le dessin de presse.

http://mediapte.fr/parcours
Sur le site d'APTE, des exercices de sensibilisation à l'image.

www.centreimages.fr/vocabulaire
Une initiation au vocabulaire de l'analyse filmique, par l'Agence régionale du Centre pour le livre, l'image et la culture numérique (Ciclic).

PUBLICITÉ

www.arpp-pub.org
L'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (autrefois BVP, Bureau de vérification de la publicité) affiche sur son site les recommandations, les règles déontologiques et les questions d'éthique liées à la publicité.

www.pubstv.com
Publicités des télévisions du monde entier.

www.snptv.org
Syndicat national de la publicité télévisée.

SITES EN RAPPORT AVEC LA TÉLÉVISION ET L'AUDIOVISUEL

http://education-medias.csa.fr
Mis en place par le CSA, un site pour découvrir, comprendre et décrypter les médias audiovisuels et leurs pratiques.

www.ina.fr
Site de l'Institut national de l'audiovisuel.

http://education.francetv.fr
Site de FranceTV éducation.

À PROPOS DES USAGES D'INTERNET

http://eduscol.education.fr/internet-responsable
Un portail du ministère de l'Éducation nationale pour tout connaître des usages responsables d'Internet.

www.cnil.fr
Commission nationale de l'informatique et des libertés.

www.hoaxbuster.com
Site francophone recensant les rumeurs et canulars circulant sur le Web.

LES JEUNES ET LES MÉDIAS

www.mediaeducation.fr
Portail de l'éducation aux médias.

www.pressedesjeunes.fr
Portail de La Presse Jeunesse.

* Sites consultés en mai 2014.

PARTICIPER À DES OPÉRATIONS D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Au niveau national comme académique, les opérations d'EAM sont nombreuses et diversifiées. Certaines d'entre elles favorisent particulièrement les initiatives débutantes par la simplicité de leur organisation et la liberté d'adaptation laissée aux enseignants.

LA SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE ®

Les enseignants de tous niveaux et de toutes disciplines sont invités à participer avec leurs élèves à la Semaine de la presse et des médias dans l'école ® qui se tient au mois de mars de chaque année. Temps fort d'éducation aux médias, cette Semaine a pour objectif d'aider les élèves de tous les niveaux à comprendre le système des médias, à former leur jugement critique, à développer leur goût pour l'actualité et à forger leur identité de citoyen. Une circulaire officielle est publiée à l'automne pour fixer les grandes lignes de la Semaine à venir.

DES EXEMPLES D'ACTIVITÉS ?

- Monter des kiosques à journaux avec les exemplaires gratuits des titres reçus pour la circonstance.
- Organiser des ateliers d'analyse médiatique : « La comparaison d'un même événement dans plusieurs médias », « La presse en langue étrangère », « L'importance de l'image dans le traitement de l'information »…
- Planifier des débats avec les professionnels des médias : « Peut-on tout dire, tout écrire, tout montrer ? », « Quelle info sur Internet ? », « Le dessin de presse : à quoi ça sert ? », etc.
- Réaliser une revue de presse (un panorama de presse) en comparant les informations des agences de presse, des quotidiens, des hebdomadaires ou des mensuels, sans oublier celles trouvées sur Internet.
- Participer à des concours organisés par les éditeurs de presse (journal junior, dessins humoristiques et caricatures, journaux scolaires, reportages, photos de presse).
- Avec l'aide de journalistes, réaliser des reportages pour des médias nationaux ou régionaux.
- Concevoir une exposition qui présente l'actualité vue par les élèves.
- Organiser avec les élèves des enquêtes dans l'établissement sur la consommation médiatique des élèves : leurs habitudes d'écoute de la radio, leurs usages de la presse, d'Internet, des réseaux sociaux…

POUR SUIVRE L'ACTUALITÉ DE LA SEMAINE DE LA PRESSE

DES ACTIVITÉS EN PARTENARIAT AVEC LES MÉDIAS

Des activités d'EAM sont souvent mises en œuvre dans le cadre de grands partenariats avec des médias : le Prix Bayeux des correspondants de guerre, Visa pour l'image à Perpignan, le FIPA à Biarritz… ou à l'occasion de concours qui mettent à contribution la créativité des élèves : le concours de journaux scolaires et lycéens - Prix Varenne, le concours « Arte-CLEMI Reportage », le concours « L'Équipe junior »…

Dans quelques académies, des « Classes presse » (Rennes, Caen, Nantes) ou des « classes médias » (Poitiers, Paris, Nice…) sont menées durant l'année scolaire avec l'aide de médias locaux.

PLUS D'INFORMATIONS ? RENSEIGNEMENTS ET MODALITÉS D'INSCRIPTIONS SUR LE SITE DU CLEMI SUR WWW.CLEMI.FR OU AUPRÈS DU COORDONNATEUR DU CLEMI DE VOTRE ACADÉMIE (VOIR PAGE CI-CONTRE).

DES ÉLÈVES ACTEURS DE LEURS MÉDIAS

Chaque année, des milliers d'élèves réalisent dans le cadre de l'école des journaux, des émissions de radio ou de webradio, des émissions de web-TV, des blogs ou des cyber-journaux…

Vous pouvez intégrer des dispositifs déjà existants, comme *Typo* (académie de Dijon), *Dix-15* (académie de Clermont-Ferrand), ou sur les activités de réalisations de médias menées par des classes à projet d'éducation aux médias (classes à PEM) dans certaines académies.

Le 20 novembre 2014, la « journée du direct » vise à développer les compétences médiatiques et numériques des élèves en les encourageant à s'exprimer en direct sur l'actualité et à publier en ligne. #jdd2014

Enfin, n'hésitez pas à rallier une équipe dans votre établissement ou à lancer vous-même des projets d'écriture médiatiques en vue d'une diffusion *(voir pp. 24-33)*. La revue de la presse scolaire et lycéenne publiée chaque année vous fournira des exemples très concrets de ce que produisent les élèves dans leurs journaux. Ces initiatives sont favorisées par les circulaires sur les lycées (circulaire 2010-216 du 24-8-2010) et valorisées par des concours à l'échelon académique ou national.

PLUS D'INFORMATIONS DANS LA RUBRIQUE « PRODUCTIONS DES ÉLÈVES » SUR LE SITE DU CLEMI

LES ÉQUIPES ACADÉMIQUES DU CLEMI

ACADÉMIE D'AIX-MARSEILLE
Odile Chenevez
Tél. : 04 91 14 13 93
clemi@ac-aix-marseille.fr

ACADÉMIE D'AMIENS
Damien Cambay
Tél. : 03 22 71 41 69
clemi@ac-amiens.fr

ACADÉMIE DE BESANÇON
Marie Adam-Normand
Tél. : 03 81 25 02 51
coordination.clemi-fc@ac-besancon.fr

ACADÉMIE DE BORDEAUX
Isabelle Martin
Tél. : 05 57 57 35 82
isabelle.martin@ac-bordeaux.fr

ACADÉMIE DE CAEN
Katell Richard
Tél. : 02 31 56 61 58
katell.richard@ac-caen.fr

ACADÉMIE DE CLERMONT-FERRAND
Nicole Pavoni
Tél. : 04 73 98 09 68
pavoni@ac-clermont.fr

ACADÉMIE DE CORSE
Marie Pieronne
Tél. : 04 95 29 68 68
clemi@ac-corse.fr

ACADÉMIE DE CRETEIL
Élodie Gautier
Tél. : 01 77 74 21 15
Port. : 06 37 07 93 25
clemicreteil@ac-creteil.fr
elodie.gautier@ac-creteil.fr

ACADÉMIE DE DIJON
Dominique Gaye
Tél. : 06 21 04 83 36
d.gaye@clemidijon.info

ACADÉMIE DE GRENOBLE
Guy Cherqui
Tél. : 04 76 74 74 57
guy.cherqui@ac-grenoble.fr
clemi@ac-grenoble.fr
François Morel
Tél. : 04 50 23 84 74
fmorel2@ac-grenoble.fr

ACADÉMIE DE GUADELOUPE
Patrick Pergent
Tél. : 05 90 38 59 21/19
ce.clemi@ac-guadeloupe.fr

ACADÉMIE DE GUYANE
Elfrida Delmer-Davigny
Tél. : 05 94 28 91 61
clemi.ac-guyane@laposte.net

ACADÉMIE DE LILLE
Jean-Christophe Planche
Tél. : 03 20 15 95 83
clemilille@ac-lille.fr

ACADÉMIE DE LIMOGES
Magali Martin
Tél. : 05 55 02 21 61
magali.martin@ac-limoges.fr

ACADÉMIE DE LYON
Edwige Jamin
edwige.jamin@ac-lyon.fr

ACADÉMIE DE MARTINIQUE
Pierrette Leti-Palix
Tél. : 05 96 59 99 40/17
daac@ac-martinique.fr

ACADÉMIE DE MAYOTTE
Gilles Murail
Tél. : 02 69 64 03 28
cdp@mayotte.fr

ACADÉMIE DE MONTPELLIER
Marc Valette
Tél. : 04 67 91 50 40
clemi@ac-montpellier.fr
marc.valette@ac-montpellier.fr

ACADÉMIE DE NANCY-METZ
Philippe Spiegel
Tél. : 03 83 19 11 31
philippe.spiegel@ac-nancy-metz.fr

ACADÉMIE DE NANTES
Nicolas Quatrevaux
Tél. : 02 43 33 60 58
Port. : 06 14 84 34 88
nicolas.quatrevaux@ac-nantes.fr
clemi@ac-nantes.fr

ACADÉMIE DE NICE
Lilia Parisot
Tél. : 04 93 53 73 87
lilia.parisot@ac-nice.fr

ACADÉMIE D'ORLEANS-TOURS
Karen Prévost-Sorbe
Tél. : 02 48 71 17 24
karen-christine.prevost@
ac-orleans-tours.fr

ACADÉMIE DE PARIS
Étienne Récamier
Tél. : 01 53 68 71 12
clemi@ac-paris.fr

ACADÉMIE DE POITIERS
Nicolas Billon
nicolas.billon@ac-poitiers.fr

ACADÉMIE DE REIMS
Jean-Pierre Benoît
Port. : 06 80 03 43 06
jean-pierre.benoit@wanadoo.fr
Céline Harasiuk (assistante)
Tél. : 03 26 05 68 37
celine.harasiuk@ac-reims.fr

ACADÉMIE DE RENNES
Sylvie Patéa
Tél. : 02 23 21 75 92
Port. : 06 75 71 49 15
clemi.bretagne@ac-rennes.fr

ACADÉMIE DE LA REUNION
Alexandra Maurer
Tél. : 02 62 20 96 02
alexandra.maurer@crdp-reunion.fr

ACADÉMIE DE ROUEN
Édouard Bessière
Tél. : 02 32 08 93 09
edouard.bessiere@ac-rouen.fr

ACADÉMIE DE STRASBOURG
Sophie Philippi
Tél. : 03 88 23 39 06
sophie.philippi@ac-strasbourg.fr

ACADÉMIE DE TOULOUSE
Laurence Janin
Tél. : 05 34 44 88 37
clemi@ac-toulouse.fr
laurence.janin@ac-toulouse.fr

ACADÉMIE DE VERSAILLES
Sylvain Joseph
clemi@ac-versailles.fr

DANS LES TERRITOIRES D'OUTRE-MER

NOUVELLE-CALÉDONIE
Christian Lucien
Tél. : 00 687 24 28 28
dir.cdp@ac-noumea.nc
dir@cdp.nc

POLYNÉSIE FRANÇAISE
Maryel Taeaetua-Perez
Tél. : 00 689 549 800
direction@crdp.pf
Francine Estall (secrétariat)
Tél. : 00 689 549 802
secretariat@crdp.pf

WALLIS-ET-FUTUNA
Sakina Fedal
Tél. : 00 681 72 04 53
sakinafedal@yahoo.fr

AGIR VOUS ACCOMPAGNER AU QUOTIDIEN

Nouveaux enseignants, cette brochure vous est particulièrement destinée. Elle vous propose des pistes pédagogiques, des idées d'activités en éducation aux médias et à l'information qui font toujours le lien avec les programmes et les dispositifs en vigueur. Alors, lancez-vous !
Le CLEMI (Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information) vous accompagne dans vos initiatives.
Il existe dans chaque académie une équipe du CLEMI qui peut vous conseiller et vous accompagner dans la mise en œuvre des activités d'éducation aux médias avec vos élèves.
Vous en trouverez les adresses sur le site www.clemi.fr

CLEMI
391 bis, rue de Vaugirard, 75015 Paris
Tél. : 01 53 68 71 00 – Fax : 01 42 50 16 82

www.clemi.fr

Cette publication a été réalisée grâce au soutien de la GMF – Garantie Mutuelle des Fonctionnaires

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE, DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE
CLEMI

Exemplaire gratuit.
ISBN 978-2-240-03468-7